



РАКТИКИ

Информационно издание на БДВО

Петя Попова стана управляващ директор на Publicis Consultants



Петя Попова вече е управляващ директор на Publicis Consultants, агенция специализирана в управлението на корпоративна репутация, връзки с обществеността и дигитални комуникации.

Последните 8 години Петя Попова е била PR мениджър на GLOBUL. Преди това е била мениджър публични комуникации на Булгартабак, Ален мак и Балканфарма.

Кариерата си започва като журналист в Дарик радио, където е работила 5 години. Има магистърска степен по философия от СУ „Св.Климент Охридски“.

PR@Festivals – онлайн пространството на най-добрите PR кампании

Инициативата PR@Festivals ще събира на едно място наградените PR кампании от най-големите световни и родни фестивали за креативност. Тя ще включва представяне на кампании, ентрита, интервюта с членове на отделните журита, както и всякакви други интересни материали от най-значимите фестивали, в които участват категории, посветени на различните лица на PR. Специално място, разбира се, ще бъде отредено на българските конкурси за PR.

Стартът ѝ беше сложен с кампанията "The Most Popular Song", отличена с Cannes Lions 2012 PR Grand Prix, като с това се отбелязва и началото на период, изцяло посветен на най-големия европейски фестивал за креативност. В следващите два месеца ще бъдат представяни наградените кампании, получили Лъвовете в отделните категории. По традиция, организаторите на фестивала ограничават достъпа до отличените ентрита месец след събитието, а този факт превръща колекцията на PR@Festivals в ексклузивна и ценна за всеки, който има интерес към креативността в PR.

Инициативата PR@Festivals е част от блога "PR. Реторика. Медии." и може да бъде проследена на www.kremenageorgieva.blogspot.com/p/prfestivals.html.

Хората губят доверие в лидерите

По-малко от един на всеки петима участници в проучването за нивото на доверие Edelman Trust Barometer за 2013 г. вярва, че представителите на бизнеса или правителствата казват истината, когато са изправени пред трудна ситуация. В световен мащаб 50% от запитаните вярват на бизнеса, докато едва 18% са убедени, че бизнес лидерите казват истината.

„Свидетели сме на криза на доверието в лидерството“, коментира Ричард Еделман, президент и главен изпълнителен директор на PR компанията Edelman, чийто партньор за България е AMI Communications. „Бизнес и правителствените лидери трябва да променят своя мениджърски подход и да се вслушват повече в мнението на своите служители, потребителите, активистите и експертите, включително тези от научните среди. Трябва да започнат да се стремят към максимална прозрачност във всяко свое действие.“

Edelman Trust Barometer установява съществена промяна в начина, по който компаниите печелят доверието на своите публики. Фактори като доброто отношение към служителите, интересът към нуждите на потребителите и следването на етични и прозрачни практики придобиват все по-голямо значение за заинтересованите групи. Критерии, свързани с постижения като финансови резултати и отличия за „най-добро работно място“, губят значение през 2013 г. (39%) спрямо 2008 г. (76%).

„Иновативните продукти и способността да генерира печалба са минималните изисквания към всеки бизнес“, каза Бен Бойд, изпълнителен директор, Глобални практики в корпоративния сектор, Edelman. „Бизнесът трябва да демонстрира по-широки умения: да покаже, че може да работи честно и да бъде обвързан с обществото. Сега е моментът бизнесът да пристъпи отвъд изпълняването на обичайните бизнес дейности и да се превърне в лидер, който обслужва нуждите на заинтересовани страни и широката общественост, като генерира печалба и тласка обществото към позитивна промяна.“

Повече за проучването можете да намерите на <http://www.edelman.com/trust-downloads/>

Семинар: "Интернет маркетинг с нулев бюджет" 5

<http://www.eventbox.bg/events/3483>

30 януари 2013 г. (сряда)
София

По време на събитието ще бъдат разгледани едни от най-важните инструменти за онлайн маркетинг с нулев бюджет:

- създаване на съдържание, което продава;
- примери за успешни нискобюджетни онлайн кампании в България;
- SEO оптимизация;
- имейл маркетинг;
- социални мрежи.

Лектори на "Интернет маркетинг с нулев бюджет" 5 са специалисти и практики като:

- Георги Малчев, съдружник в Ilyan.com
- Борил Богоев, управител на Webface Consult
- Василена Вълчанова, маркетинг мениджър на Ozone.bg
- Станислав Димитров, маркетинг мениджър на Hop Online
- Бойко Благов, ръководител-проекти в Sofia Free Tour

Организатор: Web and Events

Обучение по презентационни умения с д-р Десислава Бошнакова

<http://prnew.info/obuchenie-po-prezentacionni-umeniq-c-d-r-desislava-boshnakova/>

6 февруари и 8 февруари (сряда и петък)
София

В рамките на два дни презентаторите ще работят върху собствените си презентационни умения с помощта на съвети и напътствия от страна на лектора и с идеи за по-добро сценично присъствие от актьори.

Уъркшопът има за цел:

- Да запознае всеки от участниците със собствения му стил на презентиране
- Да научи участниците по-убедително да говорят пред публика
- Да запознае участниците с основните техники на планиране на презентацията
- Да запознае участниците с подбора на ключови послания
- Да помогне на участниците да усъвършенстват презентационните си умения
- И да изготвят план за развитието на презентационните си умения.

Всички презентации ще бъдат записвани на видео. Участниците – максимум 9 – ще получат задачи, с които ще трябва да се явят на обучението.

Обучител: д-р Десислава Бошнакова, преподавател по PR в департамент "Масови комуникации" на НБУ, основател и управител на ROI Communication

Social Media in the Pharma Industry

<http://www.communication-director.eu/events/social-media-pharma-industry>

23 – 24 януари 2013 г. (сряда – четвъртък)
Лондон

Фармацевтичната индустрия често бива критикувана заради бавния си преход към онлайн общуването. Конференцията ще даде възможност на лидерите в индустрията да дискутират иновациите в социалните мрежи и начините за подход към новите форми на комуникация.

Four steps to unlocking online success

<http://www.communication-director.eu/events/four-steps-unlocking-online-success>

30 януари 2013 г. (сряда)
Глазгоу

Събитието има за цел да помогне на бизнес лидерите и специалистите по комуникация да използват ефективно онлайн каналите за комуникация.

5th Employee Engagement HRCoreLab Stream 3

<http://www.communication-director.eu/events/5th-employee-engagement-hrcorelab-stream-3>

20 – 21 март 2013 г. (сряда – четвъртък)
Барселона

Най-динамично развиващите се компании в света разбират, че ангажираността на служителите е силата, която движи успешно бизнеса. Събитието е насочено към стратегиите за успешно лидерство и вдъхновяване на служителите.

Conversationblog Bootcamp 2013

<http://www.communication-director.eu/events/conversationblog-bootcamp-2013>

20 – 25 май 2013 г. (понеделник – събота)
Фес, Мароко

Събитието по управление на социалните медии ще се фокусира върху всички аспекти на социалните медии в контекста на комуникациите и връзките с обществеността и осигуряването на индивидуален подход към специфичните предизвикателства, с които се сблъскват специалистите.

**УниКредит Булбанк търси да назначи Специалист „Протокол и координация“
За повече информация:**

<http://www.jobs.bg/f1670022>

УниКредит Булбанк е част от една от най-големите европейски финансови групи с банкова дейност в 23 основни страни и международна мрежа в 50 държави, в която работят около 170,000 служители. Компанията търси да назначи Специалист „Протокол и координация“ на граждански договор на подчинение на мениджър „Събития“ в Управление “Връзки с обществеността и комуникации”.

Отговорности:

- Протоколни функции, свързани с организация и координация при посещение на официални гости и делегации в банката;
- Подпомага планиране, организация, реализиране, комуникация и обратна връзка за вътрешни, външни и др. събития;
- Подпомага мениджър „Събития“ във воденето на отчетност, документация, бюджет и управление на складовите наличности;
- Сътрудничество с управление на доставките и с администрация;
- Координация и административно съдействие на управлението;

Изисквания:

- Студент/ка или с хуманитарно висше образование в областта на маркетинг и комуникации, може и икономическо;
- Една година в областта на протокол и/или BTL мениджмънт, и/или ивент мениджмънт, и/или комуникации;
- Отличен писмен и говорим английски; владенето на италиански, немски или друг език е предимство;
- Отлично владение на MS Office, работа с Интернет; отлични умения за комуникация, ефективна организация на работа, представителност и физическа издръжливост

Beshared търси да назначи Community manager

За повече информация:

<http://www.jobs.bg/f1668657>

Beshared, една от водещите компании на пазара на Social Media Marketing услуги в България, търси да назначи креативни хора, заинтересовани от работна позиция в сферата на маркетинга в социалните медии.

Ако ти:

- Прекарваш голяма част от свободното си време в социалните мрежи, напр. Facebook, Twitter, Google+ и др.;
- Би желал да добиеш знания, опит, умения и експертиза в един от най-иновативните и динамично развиващи се пазари, както в световен мащаб, така и в България, при това, имайки възможността да работиш с доказани професионалисти в бранша;
- Обичаш да бъдеш проактивен в комуникацията си с клиенти, текущи и потенциални бизнес-партньори;
- Имаш интереси в сферата на маркетинга и рекламата и търсиш модерна, интересна, увлекателна и перспективна работа, която да вършиш с удоволствие;
- Смяташ себе си за креативен и идеен човек

Изисквания:

- Писмена грамотност на български език;
- Способност за съвместяване на уменията за работа в екип, с отлично изпълнение на индивидуално поставените задачи;
- Отлични комуникативни умения – предишен опит в работата с клиенти е предимство;
- Базова компютърна грамотност (работа с MS Word, Excel, Outlook) и английски език на работно ниво
- Опит в сферата на ПР-а и рекламата са предимство

Николай Бойков – Executive Director, Operations, All Channels Communication Group



През 10-годишния си опит управлява създаването и осъществяването на комуникационни стратегии в разнородни индустрии като телекомуникации, бързооборотни стоки, фармацевтика, финанси и др. Експерт в областта на дигиталния маркетинг. От 10 години е неразривна част от екипа на All Channels Communication Group, където се развива в областта на PR, през 2009 оглавява PR агенцията на Групата - All Channels | PR. В момента Николай е Управляващ Директор Операции.

Какво Ви харесва най-много в PR професията?

За професията ми е трудно да говоря. Макар да обичам дефинициите, винаги се опитвам да погледна и отвъд тях. Мога да ви споделя какво ми харесва в работата ми – безспорно – разнообразието и възможността да общуваш с много и различни хора, да търсиш различните гледни точки и да конструираш най-точните тези. Страхотно е, че средата се променя непрекъснато и всеки ден имам възможността да уча, да пробвам нещо ново и различно.

За Вас успехът е...?

Врхъ. Подготовка. Път нагоре. Път надолу. Планиране на следващата експедиция. И отново... Подготовка. Изкачване. Миг, в който си по-близо до облаците. Внимателно слизане обратно. План...

Вече повече от 10 години работите в All Channels Communication. Какво Ви вдъхновява през тези години, от къде черпите енергия?

Вдъхновението е труднообозримо понятие. Ние сме страхотен екип и сме успели да си създадем среда, в която постоянно да се вдъхновяваме и провокираме едни други. Нашият малък All Channels свят е уникален и безкрайно зареждащ ☺

Кое смятате за ключово умение при управлението на хора и процеси?

Слушането, откъдето идва чувството. Разбирането, откъдето възприемането.

Спомняте ли си първия проект, който реализирахте?

Естествено. Присъединих се към семейството на All Channels през ключовата 2003 г. Тогава имах щастието да бъда част от екипа, отговорен за проекта по промяна на корпоративната идентичност на Пощенска банка. Това беше един от първите подобни проекти на ребрандинг в България и включваше абсолютно всички нива в организацията. Първият ми истински самостоятелен проект дойде през следващата година, когато разработихме културната програма на Пощенска банка – Art Contact.

Какво е отношението Ви към непрекъснато развиващите се социални мрежи? Има ли плюсове и минуси в онлайн комуникацията?

Всяко нещо има много страни, нали така? Социалните медии променят средата и съответно правилата на комуникацията. Всички ние вече нямаме комфорта да конструираме и разпространяваме послания, които можем да контролираме. Вече не съобщаваме, а активно водим диалог, който трябва да управляваме. Сега всички ние сме предизвикани да се върнем към историите, разказите, микро-диалозите, които предопределят „големия разговор“, който трябва да се научим ефективно да управляваме.

Да очакваме ли PR-ът да премине изцяло в дигиталната среда? Как ще го промени това?

Комуникациите са навсякъде. Ние непрестанно общуваме. Убеден съм, че както общуването, което има хиляди измерения и форми, не

можем да се фокусираме изцяло и единствено в една среда или един набор от инструменти.

Какво си пожелавате да Ви се случи през 2013 г. в професионален план?

Поне една революция и поне един малък „голям взрив“.

Вашата прогноза за трите най-важни тенденции в публичните комуникации?

Пазарът ще става все по-изискващ.

Границата между различните комуникационни практики ще става все по-размита. Много скоро ще говорим за комуникация, а не за PR, BTL, ATL и т.н. Затова творческите решения и нестандартните ефективни идеи ще бъдат все по-важни за всички нас.

Голямото предизвикателство за всички комуникатори е да обвържем всяко едно действие, всяко наше решение с ясни, конкретни и точно измерими резултати.

Академичните занимания на PR практиците

Разбира се, че е препоръчително практиците да влизат в аудитория като лектори и да четат академична литература. Ползите: да търсят и намират корективи, да си задават въпроси по отношение на това, което правят и което се е превърнало в безусловен рефлекс. И да обогатяват уменията си, разбира се. Теорията не е закостеняла, а студентите не са недонаучени – както са и самите PR практики, сред тях има и добри, и лоши. Освен това от дискусиите в аудиториите често се раждат интересни идеи, които имат потенциала да променят или да вдъхновят за нещо ново и интересно в закостенялата практика.

По-тактическите ползи от академичните занимания също са важни. На първо място, те имат своеобразен CSR ефект – конкретно в сферата на образованието. И като всяка подобна инициатива бенефициентите са благодарни. На второ, успешно допринасят за добрия имидж на практика и на компанията, която представлява. И още – сверяване на часовника, поглед в бъдещето, набиране на стажанти и какво ли още не. А също и безценното разширяване на кръгозора и вечното „няма нищо по-практично от добрата теория“.

Ако идеята на комуникационния практик е да снизходи до нивото на студентите бледни и да отнеме от драгоценното си време, за да сведе височайша информация от кипящия казан на практиката към техните продухани с теория уши, няма да стане. Високомерието и това да се приемаме прекалено насериозно е най-прекият път към, хм... да станем за смях в аудиторията. И после спиралата се завърта – „днешните студенти са невъзпитани и мързеливи“, „тоя па на какъв се прави“ – и шумен развод на университетите с елементи от практиката. А високомерието не е като да не е завладяло част от PR практиците...

И още една, по-прагматична причина: изявите пред студенти изискват сериозна подготовка – така, както е необходимо да се подготвяме за презентация пред клиент. Този тип аудитория е динамична и много критична – ако го подценим това, рискуваме да завършим академичната изява безславно. И така не изглеждаме блестящо като евентуален бъдещ работодател.

Николай Стоянов
Съветник "Медии и публична
дипломатия", Посолство на
Нидерландия



Николай е Магистър по Политология от Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и има над 10 години стаж в областта на комуникациите. Професионалните му интереси са насочени към корпоративен, институционален и кризисен PR.

Следете БДВО и "PРактики"
и в социалните мрежи:



Стани член на БДВО,
за да бъдеш част от PR организацията
с най – дългогодишна история в България

За членове могат да бъдат приемани специалисти, практикуващи или преподаващи в областта на връзките с обществеността и интегрираните маркетингови комуникации, както и лица, получили академични или професионални дипломи (сертификати) за квалификация в тази област.

По-бързо, по-високо, по-силно или най-честите кариерни грешки

Вие сте в най-силните си години и твърдо решени да се отдадете напълно на кариерата си. В това няма нищо лошо и въобще, негативния отенък на думата „кариерист“ е отживелица в днешно време. Но, внимавайте, по пътя, по който сте поели, може да се сблъскате с неочаквани пречки, формулирани от експерти като петте най-често срещани кариерни грешки. Вижте ги и ги обмислете добре, за да напредвате по-лесно.

Грешка 1: работи повече, за да получиш повече!

Работа до късно вечер в офиса, „домашно“ за къщи, поемане на допълнителни ангажименти - на пръв поглед това е служителят мечта за всеки ръководител. Всъщност, от значение е не количеството, а качеството на свършената работа. Затова, не се учудвайте, ако повишението или материалните бонуси отиват при колегата, който редовно обядва в близкото заведение или си тръгва от работа в приличен час. Той върши не повече, а по-добре работата си.

Грешка 2: да се захванеш с най-сложното

Прието е да се смята, че най-сложните професионални задачи стимулират израстването ни. Да, когато се опитваш да изплуваш от някаква екстремна и непозната ситуация, може би ще се научиш да плуваш. Но ако не се справиш? Веднъж, а след това и още веднъж? По-разумната стратегия е на първо време да поемате второстепенна роля при сложни проекти. И да спазвате три основни правила на този етап – да слушате, да анализирате и да не се страхувате да задавате въпроси.



По-бързо, по-високо, по-силно или най-честите кариерни грешки – продължение от стр. 12

Грешка 3: да не се "разпиляваш"

Тясната специализация по принцип е нещо много полезно в кариерното развитие, но постоянната работа на едно място и само в една сфера е вредно ограничение. По-ценен опит се трупва от непрекъснатото развитие, при което си готов да се пробваш в сродни области на дейност. Така се усвояват вътрешните взаимовръзки между различните сфери на работа в една компания или предприятие. Няма по-добра школа от тази, а резултатът накрая е, че така човек става значително по-ефективен и търсен специалист, от този, който дълго се заседява на едно място.

Грешка 4: учи, учи и пак учи...

В стремежа към самообразование не бива да се изпада в крайности. Всякакви допълнителни тренинги за повишаване на квалификацията, или пък курс по китайски език за всеки случай са добре дошли, разбира се, стига да не го правите, за да окачите поредната диплома на стената зад гърба си, а да използвате наученото в работата.

Грешка 5: "важното е шефът да е доволен"

Доброто реноме пред ръководството не е най-важната задача в кариерното развитие. Много по-важно е умението да се работи в екип и да се взаимодейства ефективно с колегите. Това води до реалните забележими резултати в работата, които без съмнение ще бъдат оценени и от шефовете.

Оригинал на публикацията: www.manager.bg

Загубихме Цвети Петрова



Тук, на Земята, умните текстове в областта на комуникациите винаги са притежавали силата и енергията да формират по-добра среда и да мотивират за постигането на нещо голямо. Един от най-отдадените на тази своеобразна кауза човек беше редакторът от сп. „Мениджър“ Цветелина Петрова, която почина вчера вечерта.

С неизменната си последователност, независимост и часовникарска прецизност да открива и мотивира таланти, Цвети успя да направи една съществена част от съвременното познание по-достъпно и по-разбираемо. Тя имаше силата и смелостта да отстоява важни принципни позиции и едновременно с това притежаваше такава широта на кръгзора, усет към полезното и емпатия, които направиха възможна появата на безценни за практиците и за студентите текстове.

Няколко пъти член на журито на конкурса ПР приз и винаги с открито, ясно изразявано и аргументирано мнение за комуникационните съвършенства и несъвършенства, Цвети излъчваше авторитета и мъдростта на съветник, до който винаги можеш да се допиташ. Нейното мнение беше задължително да го чуеш и осмислиш и чак тогава да се съгласиш или да не се съгласиш с него. Тя го даваше с неподправен ентузиазъм и мъдрост, които няма как да бъдат забравени.

Ще липсва много на всички свои приятели и колеги.

Светъл път и поклон!

Редакционен екип на броя:

Александър Христов
Мила Миленова
Пламена Павлова

a.hristov@bdvo.org
m.milenova@bdvo.org
office@bdvo.org

Със съдействието на:

Prnew.info
Eventbox.bg

Българско дружество за връзки с обществеността

София 1574, ул. „Кирил Божиков“ 20
Тел: 02/ 495 85 82
Ел.поща: office@bdvo.org

