БДВО

Практики

Информационно издание на БДВО

Mtel PR Challenge 2014

Проведе се четвъртото издание на Mtel PR Challenge Contest 2014

На 31 май /събота/ 2014, във ФЖМК се проведе четвъртото поред издание на Mtel PR Challenge Contest. Финалистите в състезанието имаха на разположение 15 минути, за да представят пред журито предварително разработен проект на тема „Интернет за всички“. След презентацията, те отговаряха на въпроси, свързани с проектите им в рамките на 10 минути.

На база на представените проекти и събеседвания, екипът на Mtel реши да излъчи не един, а двама победители, които ще получат платен стаж в PR отдела на компанията. Избраните стажанти ще се обучават минимум 3 месеца под зоркото око на целия PR екип на Mtel.

Победителите в Mtel PR Challenge Contest ще бъдат обявени официално до края на седмицата, като ще бъдат представени и на страниците на PR Практики и на сайта на БДВО.

Снимки от публичните представяния на проектите и финалистите, можете да видите на следващия слайд:

Срокът за кандидатстване в PR Приз 2014 се удължава

Срокът за подаване на кандидатури за участие в конкурса PR Приз 2014 се удължава до понеделник, 16 юни 2014 г. Промяната се налага след проявен интерес от потенциалните кандидати и заради натоварения график на PR специалистите в този период на годината.

Своите успешно реализирани проекти през изминалата година участниците могат да представят в 13 конкурсни категории – за комуникационни кампании, CSR, събития, политически, кризисни комуникации и други кампании.

Повече за регламента за участие в PR Приз 2014, конкурсните категории, както и за всички новости можете да намерите на **www.bdvo.org**.

Важни дати в конкурса PR Приз 2014:

08 май – 16 юни 2014 – Краен срок за подаване на проекти за участие в PR Приз
17 юни – 20 юни 2014 – Журиране по първите три критерии
21 юни – 22 юни 2014 – Публично представяне на проектите, кандидатстващи в PR Приз
25 юни 2014 – Осми PR Фестивал
26 юни 2014 – Официална церемония по награждаване на победителите в PR Приз

Асен Асенов - Председател на БДВО и председател на журито на PR Приз 2014

Асен Асенов е председател на Българско дружество за връзки с обществеността за 2014 г., директор „Корпоративни комуникации" на ПОК „Доверие" от 2011 г., като работи в компанията и в периода 1998-2007 г., когато заема позициите специалист маркетинг, координатор връзки с обществеността, координатор човешки ресурси, ръководител отдел „Обслужване на клиенти", директор „Маркетинг", ръководител отдел „Връзки с обществеността". Член на Управителния съвет на Бълaргско дружество за връзки с обществеността и негов председател за 2007 и 2008 и 2014 г. Хоноруван и гост преподавател по „Връзки с обществеността" и „Бизнес комуникации" в Университета за национално и световно стопанство. Редовен докторант в катедра "Медии и обществени комуникации" на УНСС.

Какви са последните новини, свързани с PR Приз, има ли промени в конкурсните категории и сроковете за кандидатстване?

Спрямо 2013 г. промени в категориите няма! Но като процес, категориите в PR Приз следват развитието и потребностите на пазара. Така например, преди две години въведохме категорията "Онлайн кампания или проект", а миналата - "Зелени комуникации и градска среда", които получиха изключително добър прием от гилдията и веднага бяха припознати със силни и конкурентни проекти. Надявам се, че и тази година ще имаме достатъчно добро представяне и в тези категории, но и в цялата конкурсна програма на PR Приз. Що се отнася до сроковете, има засилен интерес и желание от страна на потенциални кандидати за удължаване на срока на приемане на заявките за участие и както всяка година ще се съобразим с тези желания, като удължим срока за приемане на проекти с 10 дни от 6 на 16 юни. Така, че мога да призова и тези, които до този момент още не са решили или се колебаят - да покажат своите...
/продължава на стр.6/

Интервю с Асен Асенов
(продължение от стр. 6)

проекти и с това заедно да сложим един друг акцент в публичното разбиране и говорене за нашата професия, които да изведат на преден план постигнатите резултати, позитивните примери и обществената и бизнес полза, които работата на PR специалистите носи.

Какви са акцентите в програмата на Осмия PR Фестивал?

Още на годишното общо събрание на БДВО, в дискусия с членовете, се реши тази година Фестивалът да е посветен тематично на Корпоративно социалната отговорност. В рамките на фестивалната програма ще се проведе Академичен омнибус, на тема "CSR: Комуникационни предизвикателства и академичен диалог" за организацията на който си партнираме с колегите от Българската академична асоциация по комуникации. За първи път във фестивалната програма ще имаме и обучение, което разбира се, ще е посветено на Корпоративната социална отговорност с фокус ефективните форми за избор на проекти и кампании, измерване на резултатите и тяхното отчитане, като своят опит и знания с участниците в обучението ще сподели Елена Баракова - член на журито на PR Приз 2014. Разбира се, отново ще има дискусионни панели, за пореден път организираме и традиционната среща на финансовите PR-и и журналисти, която ще се проведе на 25 юни, а церемонията по награждаване на победителите в PR Приз, с която ще завърши фестивалната програма е на 26 юни.

Завърши четвъртото издание на Mtel PR Challenge Contest 2014, какво бе новото в студентското състезание през тази година и как оценявате нивото на конкурса?

Новото е, че изведохме конкурса от фестивалната програма и той е отделен акцент в цялостната програма на БДВО. По този начин даваме допълнителен фокус върху една от целите, които следваме - осъществяване на ефективна връзка между бизнеса и образованието за по-добра реализация на бъдещите кадри в професията. Друга промяна, която направихме с колегите от Mtel, имаща за цел повишаване на качеството на конкурса е, че заданието, по което трябваше да работят студентите бе дадено предварително и те имаха достатъчно време да се подготвят и обмислят своите идеи, както и начина, по който да ги защитят най-добре. Това, че сме на прав път го показват резултатите от откритите представяния на проектите по темата "Интернет за всички", тъй като явилите се студенти със своите презентации убедиха екипа на Mtel вместо на един, да предоставят възможност за платен стаж на двама студенти. Разбира се, трябва да благодарим на Mtel не само за това, че за поредна година подкрепя и реализира съвместно с БДВО този проект, а най-вече за възможността, която предоставя на талантливи студенти да получат професионален опит, което в контекста на темата на Фестивала е и пример за отговорно корпоративно поведение спрямо образованието и реализацията на младите кадри.

Гергана Иванова

Гергана Иванова е съсобственик и управител на PA The Smarts. По образование е историк, завършва История в Софийски университет „Св. Климент Охридски".
В рекламния бизнес попада случайно през 1997 г., когато е истински късмет изобщо да си намериш работа, но пък добрият английски е изключение и голямо предимство. Първата й работа е като младши експерт в отдел Връзки с клиенти в една малка агенция. Временното става постоянно и Гергана продължава кариерата си в българското представителство на международната верига рекламни агенции Ammirati Puris Lintas (към настоящия момент Lowe), където извървява целия път от акаунт екзекютив до управител на агенцията.
През 10-годишния си период в агенцията става водеща фигура в стратегическото планиране и работи за рекламните кампании на международни компании като British Airways, Hoffmann La Roche, Unilever . От 2001 до 2008 г. ръководи екипа при спечелването на рекламни конкурси за цялостно обслужване на едни от най-големите български рекламодатели, сред които Mtel, Каменица, 2be и др. Част е от единствения български екип, създал международна телевизионна кампания за водка Финландия.

Сред настоящите клиенти на агенция The Smarts, основана през 2008 година, са Mall Plovdiv, Smirnoff, Mazda, Electrolux, Градус, Queen's, Захарни Заводи и други.

БДВО подписа споразумение за сътрудничество с M3 Communications College

Българското дружество за връзки с обществеността БДВО и M3 Communications College – първият напълно лицензиран колеж по маркетинг, PR и бизнес комуникации в страната, подписаха официално споразумение за сътрудничество.
Целта на договора е да се популяризират добрите PR практики на компанията и на браншовата организация, за да се изгради по-квалифицирано и обединено PR общество.
Силен акцент е поставен върху качественото PR образование в България.

Сътрудничеството дава възможност на повече комуникационни експерти да се включат в обученията на M3 Communications College. Двете организации вярват, че благодарение на изцяло практическата насоченост на колежа за кратко време ще се повиши драстично компетентността на значителна част от PR специалистите в страната.

Като част от споразумението, членовете на БДВО ще могат да се ползват от преференциални условия от курсовете на M3 College в рамките на 20% отстъпка. Двете организации ще си сътрудничат в подготовката на специален брой на бюлетина „PR Практики", посветен на PR образованието в страната.

Договорът подписаха PR експертът и управител на M3 Communications Group, Inc. г-н Максим Бехар и Мануела Дюлгерова, заместник-председател на БДВО.

M3 College обучения: Как да изградим добри взаимотношения между PR/маркетингови агенции и клиенти?

Период на провеждане:
14 юни /събота/ 9:00 - 17:30 часа
15 юни /неделя/ 9:00 - 12:00 часа
18 юни /сряда/ 18:30 - 21:00 часа
20 юни /петък/ 18:30 - 21:00 часа

Курсът има практическа ориентация и дава знания, умения и насоки за това как компанията да извлече максимална полза от работата с подизпълнители в областта на маркетинга и комуникациите – как да постигнем максимума от сътрудничеството с агенции при оптимални разходи или как да получим най-много за парите си.

Лектор ще бъде д-р Александър Христов - акаунт директор в Civitas Global Bulgaria и член на УС на БДВО. Част от предишния му опит включва длъжностите: директор „Маркетинг и реклама" и директор „Връзки с обществеността" в Корпоративна търговска банка, маркетинг и PR специалист в Българската агенция за експортно застраховане, главен експерт „Двустранни отношения" в Министерството на икономиката и репортер във в. „Банкеръ"

Част от програмата на обучението включва теми като:

Идеята за аутсорсинг в маркетинга и PR, Функции и състав на агенциите, Структура и съдържание на бриф, Дизайн на маркетинговото проучване, Комуникация с агенцията и д.р.

M3 College обучения: Управление на Facebook страница за бизнес цели

Период на провеждане:
21 и 22 юни /събота и неделя/ 10:00 – 17:00 часа

Обучението е насочено към всеки, който има Facebook страница, и е наясно, че тя изисква много работа, непрекъснато обновяване и постоянно стимулиране на феновете. Можете да научите как да правите всичко това бързо и лесно чрез курса на M3 College.

Лектор ще бъде Бисер Вълов - експерт по дигитален маркетинг и сертифициран специалист по интернет маркетинг от Inbound Marketing University. Има защитена бакалавърска степен по „Връзки с обществеността" и магистърска степен по „Публична комуникация" в СУ.

Програма за 21 юни:

- Facebook страница
- Алгоритъм на Facebook
- Търсачка на Facebook – Graph Searc
- Показатели и статистика – Facebook Insights
- Facebook реклама

Програма за 22 юни:

- Facebook копирайтинг
- Facebook промоции
- Facebook кризи и похвали

M3 College обучения: Как да маркетираме успешно извън България?

Период на провеждане:
7 юни /събота/ 9.00 - 18.30 часа
8 юни /неделя/ 9.00 - 18.30 часа

Успешният бизнес трябва да /се адаптира към динамично променящите се пазари не само на национално, но и на международно ниво. Ако основната Ви цел е увеличаване на приходите, разширяването на пазарите е не само препоръчително, а задължително.В този курс ще получите ценни умения и съвети, независимо дали сега стъпвате на външни пазари, или вече сте с установени позиции извън граница. Ще се запознаете с конкретни фактори и рискове, с които трябва да се съобразявате в отношенията си с чуждестранни партньори. И най-важното: как да постигнете всичко това с оптимални разходи.

Обучението ще се фокусира върху три основни теми:
Глобализация и международен маркетинг. Необходимост от излизане на външни пазари
Фактори, оказващи влияние при международния маркетинг
Комуникация на външните пазари

Лектор ще бъде гл. ас. д-р Кристиян Постаджиян - преподавател в Нов български университет, програмен директор в департамент „Кино, реклама и шоубизнес“ и съавтор на магистърската програма „Рекламен мениджмънт и визуален брандинг“. Преподава дисциплините „Медия планиране“, „Принципи на маркетинговите комуникации“, „Международна реклама“ и други.

В София предстои семинар за мобилен маркетинг

Период на провеждане:
20 юни /петък/ Интерпред София

Какво всъщност е мобилен маркетинг и прилага ли се той правилно? Как да станете част от личния живот на вашите потребители? Какви трикове да използвате, за да привлечете тяхното внимание през свободното им време? Ще получите отговор на тези и още много други въпроси

На семинара ще се разгледа обстойно теми свързани с мобилния маркетинг: Добри практики във Facebook, тенденции, рекламни трикове, SEO оптимизация, като в края на обучението ще се проведе и практическа част.

Водещи лектори в семинара ще бъдат:

- Борил Богоев - управител е на Webface Consult и автор на онлайн курсовете "Летящ старт в Интернет маркетинга" и др.
- Димитър Димитров - част от мениджмънта на STENIK.
- Огнян Младенов - основател и собственик на SEOM.bg.
- Бисер Вълов - PR консултант и ръководител на дигиталното звено в APRA Porter Novelli, основател и управляващ директор на дигитална агенция BEYOND ID Studio.

Агенция Юнайтед Партнърс бе отличена сред финалистите на Gold SABRE Awards в Лондон

Агенция Юнайтед Партнърс, която е една от първите български специализирани PR агенции, предлагаща пълно комуникационно обслужване, бе отличена сред финалистите на гала церемонията по връчване на едни от най-престижните награди за комуникация Gold SABRE Awards, която се проведе на 20.05.2014, в Лондон. Признанието на журито получи кампанията Always Unesco за България, насочена към защита и подкрепа на жените, както и въвеждането на интерактивно обучение в българските училища в категория за най-добра кампания, реализирана на Балканите. Другият отличен проект е на BRAUN, с лятната кампания „Pimp my jeans“ за активацията на продуктова марка, която е на пазара от години, категория Маркетинг, насочен към жени.

AMI COMMUNICATIONS България спечели златна награда Sabre за кризисни комуникации

AMI Communications (Ей Ем Ай Къмюникейшънс) България спечели златна награда за най-добра кампания в категорията Кризисни комуникации на престижните награди SABRE за Европа, Близкия изток и Африка. Международното 43-членно жури присъди наградата на AMI Communications България за комуникационната кампания във връзка със заплахата за отнемане на лиценза на ЧЕЗ през 2013 г. За наградите SABRE през тази година се състезаваха близо 2400 проекта от над 40 държави в Европа, Близкия изток и Африка.

“Наградата е чест за нас. Приемаме я като признание за усилията, които положихме, заедно с комуникационния екип на ЧЕЗ. Изпълнени сме с удовлетворение, че успяхме да помогнем на нашия клиент да запази лиценза си в България,“ заяви Илияна Александрова, управител на AMI Communications България.

Рекламна агенция Публисис София с 2 престижни отличия от международните награди Effie

Рекламна агенция Публисис София спечели 2 значими награди на тазгодишния рекламен фестивал „Effie България 2014“ – златна награда за Dacia и кампанията „Баба Ханке“ в категория „Стоки“ и бронзова награда за Winston в категория „Промоции“. С тези успехи Публисис София се нарежда на второ място в класацията на най-ефективните агенции според Effie Effectiveness index.
„Поздравления за всички екипи на Публисис Груп, които постигнаха тези забележителни резултати и демонстрираха интегрирания подход на работа вътре в групата. Благодарим и на нашите клиенти, които ни се довериха и ни дадоха свободата да реализираме по такъв ефективен начин техните кампании“, коментира Николай Неделчев, управляващ директор на Публисис Груп.

BAPRA Bright Awards 2014 обви своите победители на коктейлна церемония в Кемпински

На 13 май BAPRA Bright Awards 2014 отличи едни от най-успешните и иновативни PR кампании, осъществени от PR агенциите и корпоративните комуникационни отдели в България. Участниците се състезаваха в седем конкурси категории, а отличените бяха:

All Communications Group, които станаха агенция на годината. Заедно с тази награда получиха и още 3 други за кампанията „Писмо за промяна“, която беше наградена в категории - Комуникационна кампания на годината, Иновативна кампания и Кампания за устойчиво развитие. APRA Porter Novelli също си тръгнаха с награди в две от категориите – Специално събитие за кампанията „Живей активно“ и Комуникационна кампания в публичния сектор за „Една легенда оживява“. БТК ЕАД /VIVACOM/ взеха награда за „Големите 5 VIVA Shine“ в категория Кампания,реализирана от вътрешен PR отдел.

Стартира четвъртото издание на Националния конкурс „Най - зелените компании в България“ 2013, придружен от Green Day Forum 2014.

Конкурс на b2b Magazine
НАЙ-ЗЕЛЕНИТЕ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ 2013

Националният конкурс ще оцени и награди екологично отговорните фирми, организации, асоциации и общини в страната. Независимо от сферата, независимо дали е голяма или малка компанията , всеки има шанс за своя Зелен Оскар, ако постига промени в екологичните показатели на своята дейност .

В мащабното събитие през изминалите три години участие взеха над 600 организации - състезатели, съмишленици и партньори. В рамките на периода до 15 юни 2014 г. е срокът за кандидатстване онлайн на: http://b2bmagazine.bg/

10-те конкурсни категории са: Индустрия производствен сектор, Автоиндустрия, Финансови услуги, Енергетика и технологии, Туризъм, Хранителна индустрия, Медицина и бюти индустрия, Медии и Обществени организации.

Екип експертно жури, специалисти в сферата на оптимизацията на ресурси, екологията и бизнеса, ще определи по трима финалисти във всяка от категориите. Всяка компания-победител ще получи своя уникален сертификат, статуетка и обществено признание на официалната церемония по награждаването, която ще се състои на 26 юни 2014 г. в хотел Силвър Хаус – София.

Проведе се регионална сесия на Световния Комуникационен Форум Давос

На 23 Май в Барселона се проведе регионална сесия на Световния Комуникационен Форум Давос, посветена на визуалните комуникации. Европейски експерти в областта на дизайна, маркетинга и ПР-а обсъдиха водещите тенденции, обмениха идеи и показаха най-добрите си разработки. Сред основните акценти на сесията бяха: Езиът на бъдещето – изображение или текст, Визуални методи за разказване на истории, Социалните медии – развитие и креативност и Иновативни технологии в областта на визуалните комуникации.

За пръв път в рамките на регионалото издание на форума беше връчена наградата „Имидж на бъдещето“, имаща за цел да удостои с признание професионалисти с креативно мислене, иновативен подход и значителен принос, както и визия за бъдещото развитие на комуникациите. Сред участниците на форума беше проведено анонимно гласуване, като всеки от тях трябваше да издигне три кандидатури в зависимост от собствения си професионален критерий. С над 50% от гласовете, победителят в тази категория е Д-р Хесус дел Хойо Архона, Декан на Колежа по графичен дизайн в Барселона. Д-р Архона има 30 години опит в сферата на графичния дизайн – посветил е кариерата си на изследвания в областта на корпоративната идентичност, информационния дизайн, типографията и визуалната параметризация. По време на регионалната сесия на Световния Комуникационен Форум в Барселона, Д-р Хесус дел Хойо Архона изнесе лекция на тема "Необходими съставки за комуникация в XXI век: Ролята на графичния дизайн".

10-те характерни особености на талантливия PR специалист

Независимо от това дали отговаря за обществените връзки на огромна компания, или току-що е започнал стажа си, всеки PR се характеризира с 10 особености, които го правят подходящ за професията. Ето какви са основните „изисквания“, за да бъдете един от хората, които са наистина добри в работата си.

1. Комуникативност и създаване на нови контакти

Контактите са в основата на връзките с обществеността. PR специалистът трябва да умее да изгражда стабилни взаимоотношения между клиентите и медиите. Това означава, че трябва да бъдете отзивчива, комуникативна и приятелски настроена личност.

2. Умение за доброто писане

Освен, че е задължително да владеете до съвършенство общуването лице в лице, трябва да притежавате и умението да изразявате гладко мисълта си в онлайн публикации, и-мейли или прес съобщения. Изпипвайте всеки текст до съвършенство и задължително правете няколко проверки за смислови и правописни грешки.

3. Информираност

Бъдете информирани във всяка ситуация. Ключът към наистина доброто познаване на клиента и медийната среда, е всекидневното проучване и опознаване на проблемите и новостите, които съпътстват съответната компания.

4. Отношение към детайлите

Отдавайте необходимото внимание на малките детайли, защото на пръв поглед незначителна подробност, може да се превърне в огромен минус на проекта ви. Планирайте внимателно и проверявайте всяка публикация или и-мейл.

5. Спокойствие пред публика

Ако сте по-срамежлив, преодолейте го. Професията изисква гладко говорене пред публика – независимо дали става въпрос за 5, или 500 човека. Много PR специалисти преминават през специални курсове за усъвършенстване на публичните изяви, така че ако се чувствате неуверени в този област, направете всичко необходимо, за да подобрите уменията си.

10-те характерни особености на талантливия PR специалист

Продължение от стр. 16

6. Мултифункционалност
Ако PR-ът можеше да се клонира, със сигурност щеше да го направи поне няколко пъти. Трудно е да се балансира между различните задачи, пред които се изправя всеки ден, но жонглирането с претенциите на клиента, изискванията на медийте и справянето с междувременно появилата се криза, е нещо абсолютно задължително.

7. Гъвкавост
Бързото развитие на професията изисква скоростно адаптиране и невероятна гъвкавост. Следенето на всички нови технологии, маркетингови техники, медийни инструменти и т.н. е трудна задача, но добрият нюх към бранша отдавна не е единственото изискване на пазара.

8. Търпение и спокойствие
През главата на всеки PR всекидневно преминават проблеми, които са съпътствани и от раздразнени хора, които обикновено ги създават. За да можем да вършим добре работата си, е необходимо да не приемаме лично всичките обиди и нападки, защото винаги ще има сърдите клиенти и журналисти.

9. Търпение
С повече търпение ще запазите нормални отношения с колегите си. Ужасно досадно е, когато карате някой да направи нещо на секундата. Не забравяйте, че не само вие имате крайни срокове и други проблеми. Бъдете търпеливи, проявявайте разбиране и останете спокойни.

10. Развитие
Много е важно да не се заблуждавате, че вие знаете и можете най-много. Дори и да сте един от най-добрите специалисти в бранша, не се оставяйте на течението. Постоянно развитие е изключително важно, защото то ви тласка към нови висоти и ви показва, че винаги има какво да научите.

Оригиналния материал можете да прочетете тук.

Редакционен екип на броя:

Асен Асенов a.assenov@bdvo.org
Александър Христов a.hristov@bdvo.org
Екатерина Павлова office@bdvo.org

Очакваме вашите мнения, коментари и предложения за материали на координатите на редакцията:

Българско дружество за връзки с обществеността

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