



РАКТИКИ

Информационно издание на БДВО

Галя Прокопиева става изпълнителен директор на "Икономедия"



Галя Прокопиева, съпругата на известния бизнесмен и журналист Иво Прокопиев, става изпълнителен директор на издателската група "Икономедия", която печата седмичника "Капитал", всекидневника "Капитал дейли" и поддържа сайта "Дневник".

Прокопиева ще поеме поста от януари 2014 г., а договърът на досегашния изпълнителен директор Лилия Апостолова няма да бъде продължен.

На Апостолова, която е съпруга на убития преди години бизнесмен Кристиян Маслев, е изказана благодарност за добрата работа.

Галя Прокопиева също е журналистка и ръководеше изданията допреди 3 години, когато заедно със съпруга си и 4-те си деца се изселиха в Сингапур. Тогава Прокопиев обясни, че животът му е бил заплашен.

Максим Бехар модерира световния PR форум в Париж



Българският PR експерт Максим Бехар, който вече четвърта година е Ковчезник на ICCO, най-голямата асоциация на PR бизнеса в света, бе избран за модератор на организираната от нея световен форум в Париж (ICCO Summit 2013).

Международната организация на комуникационните консултанти (ICCO) обединява над 1750 PR компании от целия свят. На форума в Париж ще бъдат представени над 60 държави от всички континенти. До края на годината Максим Бехар ще бъде лектор в поредица важни срещи в няколко страни, но тази седмица в Париж – на 10 и 11 октомври – като основна фигура ще говори в панела, посветен на отношенията между агенциите и клиентите.

Презентацията на Себастиан Хейновски Регионална конференция на IPRA

6 ноември 2013 г. (сряда)
София

Да разказва истории е основополагащо умение за съвременния специалист по комуникации в среда, в която съдържанието се споделя в разнообразни медийни канали. Себастиан Хейновски, изпълнителен директор на MSLGROUP Полша, ще сподели ценни съвети как на практика да създаваме и разказваме успешни истории, по време на предстоящата регионална конференция на IPRA (Международната Асоциация за Връзки с обществеността) за PR, маркетинг и стратегически комуникации, която ще се проведе на 6-ти ноември 2013г. в гр. София.

Темата на презентацията на Себастиан Хейновски е обусловена от промените в комуникационната среда, които се налагат от социалните медии. Компаниите и марките могат да се свържат директно със своите потребители – комуникацията вече не е просто изпращане на съобщение до медиите. „PR отделите и агенциите се превръщат в създатели и издатели на съдържание. Дали посланията им ще стигнат до потребителите, зависи единствено от това дали историите, които разказват, са оригинални, емоционални и поднесени по интересен начин. Това е предизвикателство пред всички комуникационни специалисти“, разказва Хейновски.

В конференцията на IPRA ще вземат участие топ експерти като Алистър Кембъл, говорител и директор стратегически комуникации на Тони Блеър, Кристоф Жинисти, президентът на IPRA, както и водещи мениджъри от компании и организации като Procter & Gamble, IBM и други.

БДВО е партньор на събитието и всички членове на БДВО могат да се възползват от 15% отстъпка от цената за пакет, в периода на записване до 5-ти ноември 2013. Регистрирай се на: <http://www.ipra-cee.com/checkout/>



Себастиан Хейновски е изпълнителен директор на MSLGROUP Полша, най-голямата PR агенция в Полша. Хейновски е всепризнат експерт в областта на кризисната комуникация и социалните медии. В момента работата му е свързана със стратегическото консултиране на компании от сектора на бързооборотната търговия, както и някои от компаниите, лидери на фондовата борса. Хейновски е и съветник в кабинета на Президента на Полша.

"Интернет маркетинг с нулев бюджет" 7

29 октомври (вторник)
София

Семинар "Интернет маркетинг с нулев бюджет" ще се проведе в зала "Витоша" на Интер Експо Център, София и ще представи онлайн инструментите, които помагат на вашия бизнес да се развива, без да влагате много пари в реклама и маркетинг.

Сред лекторите на събитието са родни специалисти от областта на маркетинга като:

- Борил Богоев, Webface Consult
- Станислав Димитров, Сертифициран Google Тренер

Презентаторите ще представят теми, свързани със:

- създаването на нискобюджетен сайт;
- социалните медии;
- content marketing;
- SEO;

Седмото издание на семинар "Интернет маркетинг с нулев бюджет" ще включва и разкази на представители на родния бизнес, които ще докажат, че за успеха най-важни са отдадеността и вложените усилия, а не опитът и бюджета.

Повече информация за събитието, пълния списък на лекторите и темите можете да намерите на: <http://zero-marketing.com/>.

Новите SEO правила: Ъпдейт Колибри

30 октомври (сряда)
София

Специален гост на събитието ще е Олег Саламаха от NetPeak (Украйна), който ще изнесе доклад на тема: "Нюанси продвижения под Яндекс".

Оптимизацията за търсещи машини (SEO) остава най-ценният източник на трафик към един уебсайт. Затова и борбата за първото място в най-популярните търсачки е огромна.

Наскоро Google направи промяна в алгоритъма за търсене. Тази ъпдейт е наречен със символичното наименование "Колибри". Новият ъпдейт е внедрен бързо и качествено, за да се превърне в задвижваща сила, която осигурява релевантност при търсените фрази.

Записалите се за семинара ще научат:

- Актуалните промени и влиянието, което те ще окажат
- Фактори ,влияещи на наказанията в Google
- Еволюцията на локалното търсене
- Как да се управлява онлайн репутацията.

Повече информация за събитието, пълния списък на лекторите и темите можете да намерите на:

www.interactive-seminars.com

Ана Динкова, съдружник в „Тринитикс“



Ана има опит в сферата на връзките с обществеността и корпоративните и дигиталните комуникации, управлението на фирмена и бранд репутация. Има магистърска степен по политология и следдипломна квалификация по международни отношения от Софийския университет. Притежава квалификация по визуални изкуства и комуникации от Международна лаборатория по комуникация в Италия, Международния институт по правата на човека в Страсбург и Пирсънс Център, Канада. Работи в Атлантическия Клуб в България

и Информационен център на НАТО в София. Тя се занимава последователно с PR и реклама в Райфайзенбанк България, заема позицията мениджър корпоративни комуникации в ирландската инвестиционна компания Уестинкорпорейтед ООД и е началник отдел „Връзки с обществеността“ на Първа инвестиционна банка. От края на 2010 г. е съдружник в Тринитикс и се занимава с дигитални комуникации и управлението на фирмена и бранд репутация. Пише на свободна практика за Cosmopolitan, сп. Твоят бизнес, в-к Пари – за проекта 100-те най-влиятелни жени, води рубрика в първи сезон на предаването Животът и други неща по БНТ1 и рубрика в JobTiger.TV. Списва два блога. Съорганизатор е на TEDxMladostWomen.

Как избрахте да се занимавате с публични комуникации?

Всъщност случайно, благодарение на любопитството ми и желанието ми да имам професия свързана с контакт с много хора. Постепенно започвах да ставам все по-любопитна и да чета все повече първо за корпоративните комуникации, а в последствие и за дигиталните. Така последните години се занимавам изцяло с дигитални комуникации, управление на фирмена и бранд репутация.

Как се преориентирахте към дигиталните комуникации?

Беше съвсем естествен ход. Дигиталното пространство, социалните мрежи и новите медии запълват голяма част от нашето ежедневие и като така е нормално комуникациите да се променят – както професионалните, така и личните. А в динамичната дигитална среда намерих ново предизвикателство, както и повече свобода на действие и възможност за пряка комуникация между компаниите и техните клиенти, например. Достига се много по-бързо и лесно към желаната аудитория и могат да се изградят интересни връзки. Малко като Second Life, но в действителност.

Какви позитиви и какви негативи откривате в професията?

Откривам повече позитиви, отколкото негативи. Позитивните страни на работата в сферата на връзките с обществеността, корпо-

ративните и дигиталните комуникации са, че човек не спира да научава нови неща, да се запознава с нови хора и да посещава нови – реални или виртуални места.

Вие сте един от популярните български блогъри. Има ли нещо от виртуалния свят, което не приветствате?

Във виртуалния свят не харесвам същите неща, които на одобрявам и в реалния свят и ежедневния живот. Най-много се страхувам от човешката глупост и невежество. Както в реалния свят – в разговор очи в очи с някого, така и в писането на блог пост човек има пълната свобода да избира на каква тема да говори, какво не би желал да споделя и обсъжда, както и избира до каква степен да разкрива себе си. Интернет дава едно основно предимство: можем да избираме какви да бъдем и как да се представяме. Анонимността,

която виртуалния свят позволява, за съжаление дава огромна свобода на хора с ниска лична култура и морал да се вихрят почти безнаказано и освен да се излива хейт в неограничени количества, често се публикува непроверена, неточна или невярна информация.

Как един блог става популярен? Как най-ефективно достигате до аудиторията?

Според мен начинът е един: да се пише добре, авторът да бъде искрен и да споделя интересна и полезна информация. Иначе ако се следят злободневните теми, таргетира се правилно, набляга се на оптимизация, съдържанието се съобразява с най-често търсените думи и се изпълняват всички препоръки от наръчници, книги и сайтове – всеки потенциално може да стане супер-звезда в интернет. Но аз продължавам да вярвам в силата на съдържанието пред маркетинговите трикове.

Успяват ли българските PR специалисти да общуват ефективно с блогърите?

Повечето PR фирми подхождат към блогърите като към журналисти – включват се в общ мейлинг лист и им се изпращат прессъобщения свързани с определени клиенти. Всъщност този начин на работа според мен е доста морално остарял дори в ежедневната комуникация с журналисти, да не говорим за блогъри. Често към блогърите се подхожда с неразбиране, недоверие и за жалост – често подценяване – на хората зад личните блогове се гледа почти като на безделници, които са се посветили на развиване на любимо хоби. Без да се има предвид, че това са хора, които често работят на пълен работен ден, имат семейства и много други ангажименти, които ако наистина се посвещават на хоби, а което споделят в блоговете си – всъщност пишат с огромна

страст и познават материята отлично. Рядко се търси личен контакт и по-интересен подход. Мога много дълго да говоря на тази тема, защото имам късмета да стоя от двете страни на барикадата.

Какво е за Вас идеалното бъдеще на PR професията?

Надявам се в тази професия да намират реализация все повече грамотни, любопитни хора с висок морал, желаещи не само да покорят света – а да го опознаят. Предполагам, че както в много други сфери и в тази на комуникациите, технологиите ще играят все по-важна роля.

Вашето правило номер 1 в PR професията?

Опасявам се, че не мога да сведа само до едно правило. Но ако трябва да степенувам по важност какво е нужно на един човек, за да бъде добър професионалист в

сферата на комуникациите, това са: висок морал, висок професионализъм, много търпение, огромно любопитство и широка обща култура и да бъдеш не само добър събеседник, но и добър слушател.

Организирането на семинари през януари



От най-древни времена завършекът на астрономическата година се отбелязва с всенародни тържества. Нова година е пикът на поредица от предшествващи декемврийски и последващи януарски веселби.

От най-древни времена PR-ската Нова година е два пъти в годината – пролет и есен. „Междинните“ сезони лято и зима обират луфта между истерията от организирането на семинари, кръгли и правоъгълни маси и подготовката за следващите.

През погледа на гостите на такива събития нещата не изглеждат по-добре – в месеците септември-ноември и април-юни трябва през седмица да се обучават, дискутират, семинарят и т.н. или трябва да избират между „конкурентни“ събития на сходна тематика. Ако решим да поставим под въпрос установения енюъл планинг на събитията и изненадаме всички със семинар през януари, най-много да спечелим, като влезем във водите на синия океан. Можем да превърнем времето за организиране на събития от най-голяма опасност в най-сигурно конкурентно предимство. Януари е добра възможност.



През януари е киша и суша. Във възможно най-преносния смисъл, като имаме предвид работата ни като PR специалисти. Изтрезняваме от грандиозните ноемврийски и декемврийски промоционални и CSR

кампании, преработваме в stomасите си сместа от домашна туршия и коктейлна храна и се стараем да обърнем повече внимание на семействата и на колегите си. Това емоционално и релаксиращо състояние след тежък период прави организирането на сериозни семинари през януари доста, така да се каже, амбициозна задача.

Не само това е причината да приемаме тази идея като достатъчно рисково начинание. Има и още: бюджетите са изчерпани, месецът е период на планиране, въобще бизнес активностите са достатъчно слаби. На фона на тази апатия може и да си осигурим повече посещаемост на семинара (което въпреки всичко не може да бъде гарантирано), но ангажираността на посетителите и дългосрочните ефекти все още остават под въпрос. Но в крайна сметка всичко зависи и от темата – ако семинарът е посветен например на това как да ограничим спадащите продажби през януари, това си остава най-подходящото време.

M3 Communications Group, Inc. is looking for Sales & Marketing Manager
More information: <http://www.jobs.bg/f2001291>

Due to the expansion of its business activities Novinite News Agency is looking for a **MARKETING MANAGER**. It is them most influential News Agency in English, based in Bulgaria, undisputed leader in its field.

We wish to hire a dynamic professional able to lead the Sales and Marketing activities of Novinite.

- Minimum of 2 years sales and marketing experience
- Proven managerial skills
- University degree in Marketing is an advantage
- Fluent English, both written and spoken
- Good online literacy

We are looking for a driven, hard-working individual who is able to grow as the company grows. A natural born leader with excellent communication and presentation skills and the ability to deliver excellent results under pressure will be a great addition to our team.

If you feel comfortable with these requirements, please send your CV, a cover letter and a recent photo to M3 Communications Group, Inc.

Редакционен екип на броя:

Александър Христов
Мила Миленова

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

Със съдействието на:

Prnew.info

**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

www.prpriz.info

