

Информационно издание на БДВО



APPLY ONLINE AT WWW.BDVO.ORG
DEADLINE: MAY 8, 2015

 15
— YEARS —
PR PRIZE

PRESTIGIOUS PROFESSION —
TO BUILD UP YOUR REPUTATION, BY HELPING
OTHER PEOPLE BUILD THEIRS.

Продължава на стр. 3

БДВО удължава срока за подаване на заявки за участие в PR приз 2015 до 08 май 2015 г.

Съгласно вече утвърдената традиция, заявено желание от страна на кандидатстващите и интерес на желаещи да кандидастват, БДВО удължава с три седмици срока за приемане на проекти в PR приз 2015. Новият краен срок е 08.05.2015 г. – петък, като графика на конкурса след тази дата се запазва – откритите представяния ще се проведат на 16-ти и 17-ти май, а церемонията по награждаване на победителите на 20 май.



Продължава на стр. 4



Важни дати в конкурса

Приемане на проектите

8 май
2015 г.

Журиране по първите три
критерии за оценяване

27 април – 15
май 2015 г.

16 и 17 май
2015 г.

Публично представяне на кампаниите пред журито. Кандидатите ще бъдат уведомени по мейл за часа и мястото на презентиране, не по-късно от 13 май 2015 г., сряда.

20 май 2015 г.,
в София.

Церемония по награждаване

Илияна Захаријева - Директор „Корпоративни комуникации“ в Мтел



Илияна Захаријева има 15 години опит в сферата на корпоративните комуникации, връзките с обществеността, маркетинга и рекламата. От 2014 година е директор „Корпоративни комуникации“ в Мтел. Преди това Илияна Захаријева шест години е ръководила корпоративните комуникации в „Пощенска банка“.

Преди да стане част от Пощенска банка през август 2007 година, Захаријева е отговаряла за рекламата и връзките с обществеността последователно за Хеброс банк, HVB Bank Biochim и Уникредит Булбанк. Работата си в областта на корпоративните комуникации започва в KPMG през 1999 година.

Тя има диплома от Chartered Institute of Marketing, London, London School of Public Relations, както и магистърска степен от Факултета за нови и класически филологии и Факултета по славянски филологии на Софийския университет в София.

Продължава на стр. 6



Защо Мтел подкрепя студентите и конкурса?

За нас този конкурс вече се превърна в традиция. Благодарим на БДВО, че всяка година успява да ни срещне с още по-креативни и интересни участници. Много се радвам, когато виждам в тях хъс и желание за развитие, защото те са бъдещето на нашата професия. И това, което още повече ми вдъхва увереност за бъдещето на младите професионалисти по PR е, че те са знаещи, можещи и не на последно място знаят какво искат.

Мтел винаги е заставал зад младите хора чрез редица инициативи. Нашата стажантска програма е една от най-популярните в страната, а кандидатите за нея всяка година са хиляди. От 2005 година досега компанията е инвестирала повече от два милиона и двеста хиляди лева в своята стажантска програма.

В Мтел стажантите наистина имат шанс да се включат в реалните работни процеси на компанията. При нас те могат да получат реални знания, които придобиват чрез практиката. Ние приемаме своите стажанти като част от екипа ни и им гласуваме доверие в процеса на работата.

Какво е различното тази година (като тема)?

Тази година е много специална за нас. Мтел отбелязва своята 20 годишнина и всички ние много се вълнуваме. Компанията има много богата история, много неща се промениха за 20 години и още много предстоят да се случат. Да бъдеш първи на пазара толкова дълго време е голяма отговорност, но именно това ни вдъхновява да вървим напред и да бъдем верен партньор в ежедневието на своите клиенти.

Затова беше и логично да възложим на студентите тема, която да е свързана с нашия рожден ден. Надявам се, че и те като нас ще се вдъхновят и ще ни покажат страхотни идеи за кампания по случай 20-годишнината на Мтел.

Доволни ли сте от стажантите от миналата година/предходните години?

Досега не сме имали разочароващ избор на стажанти от Mtel PR Challenge. Студентите от предходните издания ни впечатлиха с креативността си, с начина си на мислене и най-вече силното си желание да работят в нашия екип. Надявам се, че и тази година ще се срещнем с такива млади хора.

Продължава на стр. 7

Какви идеи за 20-годишнината очаквате?

Нямам предварителни очаквания, по-скоро се надявам да бъда приятно изненадана. Приветствам нестандартния подход и съм сигурна, че ще получим такива предложения. Интересно ми е да разбера какви подходи биха използвали кандидатите. Дали биха заложили повече на стандартните методи, които по-скоро се преподават в университетите или пък ще зложат на някаква по-нетрадиционна концепция. Предстои да разберем.

Нещо повече за КСО политиката на Мтел.

Мтел има цялостна стратегия за корпоративна социална отговорност, която включва задължителните елементи – социални, културни и екологични проекти, отговорно поведение спрямо служителите и включването им в корпоративните социални активности. Но най-ценното е, че политиката ни в областта на социалната отговорност е дългосрочна и последователна. Най-мащабните ни проекти са посветени на децата. Такъв е проектът ни „Приеми бъдещето“ в подкрепа на приемната грижа в България. Приемната грижа е възможност за децата, лишени от грижите на собствените си родители, да израснат в семейна среда, да установят емоционална връзка с приемните си родители, да усвоят социални модели на поведение и да развият своя потенциал за независим живот.

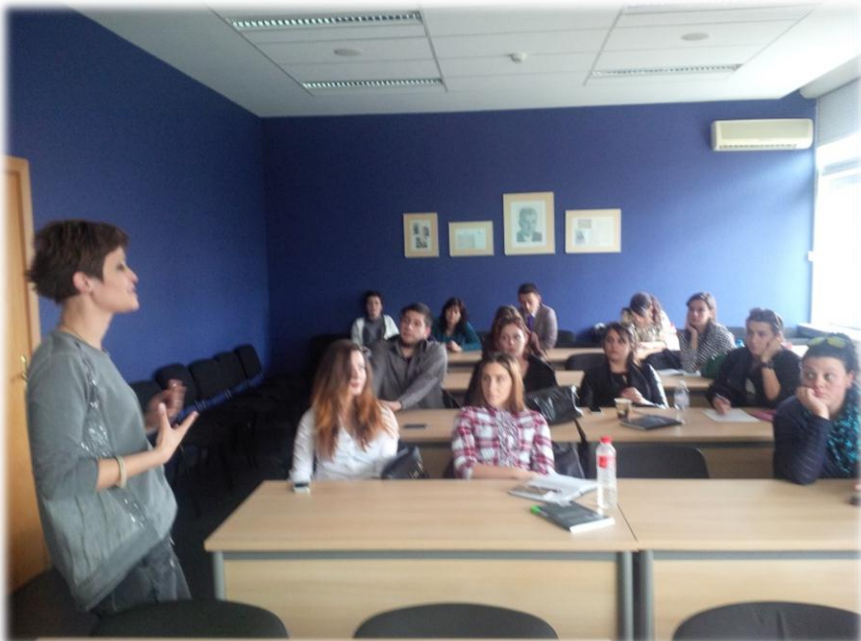
Другият ни голям проект, в който много вярваме е – „Интернет за всички“. Отново във фокуса му са децата. Проектът включва интерактивни сесии, в които те се запознават със значението на сигурността при работата в световната мрежа и как интернет може да ни бъде от полза, за да учим нови неща. Повече от 10 години стоим зад училището за кучета-водачи на незрящи хора. Ежегодно реализираме поне пет малки, но стойностни еко проекта, които трудно биха получили финансиране, ако не им протягахме ръка с нашата грантова програма.

За Мтел:

Мтел е водеща компания на пазара на телекомуникации в България с над двадесет годишна история, част от Telekom Austria Group. Телекомът предоставя фиксирани и мобилни гласови услуги, интернет и телевизия през оптична и сателитна свързаност на над четири милиона клиенти. Компанията разполага с над 5000 км собствена оптика и най-много собствени централи. Телекомът има 99,99% GSM покритие по население на страната и фиксирана мрежа, покриваща 1/3 от българските домакинства.

Мтел има важна роля като двигател на икономиката и обществото в България с инвестиции от над 2,5 милиарда лева от основаването на й досега. Компанията води и последователна политика за корпоративна социална отговорност. Телекомът е сред най-големите дарители в страната. Мтел подкрепя редица социални каузи с обществено значение, както и проекти в областта на културата и спорта.

Бъдещи пиар практики се запознаха с Етичния кодекс и дискутираха въпроси, свързани със саморегулацията в професията



„Кога ще има сертифициране на пиар-специалистите у нас?“, „Кога Етичния кодекс ще е валиден за мнозинството пиари?“, „По колко казуса Етичната комисия към БДВО се е произнесла досега и с какъв ефект?“, това бяха само част от въпросите, които студентите от специалност „Връзки с обществеността“ към НБУ отправиха в дискусията с Милена Атанасова, председател на Етичната комисия към БДВО и Даниел Киряков, член на комисията.

Срещата бе проведена на 21.04.2015 г. в НБУ и бе организирана с любезното съдействие на д-р Александър Христов, член на УС на БДВО и д-р Евелина Христова, член на БДВО - и двамата преподаватели в департамент „Масови комуникации“ на НБУ. Това бе първото от серията събития от програмата с която БДВО отбелязва 10 години от приемането на Етичния кодекс на пиар специалистите у нас.

Продължава на стр. 9

Пред студентската аудитория Милена и Даниел посочиха предимствата от комуникации с публики, основани на етичните правила и норми. „В бранш, в който основно важат правилата на саморегулация, какъвто са публичните комуникации, само етично изградения бизнес и комуникации носят устойчиво развитие, обществена полза и са предпоставка за дългосрочен успех. Неетичните практики могат да постигнат временни, но несигурни резултати, а в дългосрочен план са обречени.“ – каза Милена Атанасова.

Студентите и пиар специалистите дискутираха и по въпроси, свързани с конкретизирането и детайлизирането на изискванията към пиар-практиците, както и обсъдиха и някои от ключовите неетични казуси от последната година.

Следващото събитие от програмата по отбелязване на годишнината е на 25 април – Майсторски клас, посветен на етиката и етичните норми в PR професията пред магистрите, специалност „Връзки с обществеността“ в УНСС, а на 27 април 2015 от 16:00 ч. предстои семинар с АСКО в сградата на Европейската комисия. Цялата потвърдена програма от събития можете да намерите тук.

Все още имате възможност да се регистрирате за обучението, организирано от БДВО “ Как доброто име носи пари.“

Успешна работа с медиите във висококонкурентна и динамична среда

Цел на обучението:

Да даде практически насоки за работа с медиите – съвети, работещи практики, насоки за избягване на често допускани грешки, тънкости за по-успешно медийно отразяване.

Обучението е подходящо за специалисти по комуникации, маркетинг специалисти, студенти и всички, които в работата си се налага под някаква форма да комуникират с медиите.

ПРОГРАМА:

МЯСТО НА ПРОВЕЖДАНЕ – ФЖМК

ПЕРИОД НА ПРОВЕЖДАНЕ – 29. 04. 2015 г.

НАЧАЛО: 14:00 часа

Модул I - 14:00 – 15:30 часа

Кафе пауза - 15:30 – 15:45 часа

Модул II – 15:45 – 17:00 часа

Цена: 70 лв. Членовете на БДВО ползват 20% отстъпка от цената. За студенти и докторанти обучаващи се в редовни форми на обучение по “Връзки с обществеността” – бесплатно.

За обучението можете да се регистрирате тук.

Местата са ограничени.



Обучител

Ясен Гув е Главен Директор Корпоративна политика в Теленор България. Той е завършил унгарска филология и мениджмънт в Софийския университет “Св. Климент Охридски” и се е обучавал по редица програми в САЩ, Австрия и Франция. Предстои му защита на дипломна работа в Euro MBA програмата на университетите в Маастрихт, Лайпциг, Варшава, Нант, Екс ан Прованс и Барселона. Гув има 9-годишен стаж като журналист в БНТ, репортер във вестник “Банкеръ”, редактор „Бизнес и финанси” в Mediarool.bg, водещ на предаването “Бизнеспул” по радио “Нова Европа”. Ръководил е връзките с обществеността на БТК, “Евромаркет груп” и CEZ България.

Мария Дойчинова-Стойчева с награда от сп. Business Lady



Мария Дойчинова-Стойчева поема поста на "PR и комуникации" на "ЧЕЗ България" 2010 г. Тя отговаря за разработването и изпълнението на комуникационни стратегии и за връзките с медиите. Преди това е била директор "Комуникации" в "Софийска вода" за последните 10 години. Владее перфектно английски, руски и арабски. Член е на IPRA (International Public Relations Association) и Европейската асоциация на директорите по комуникация, Българско Дружество Връзки с обществеността.

Мария Дойчинова-Стойчева

Мария Дойчинова е отличена в раздел „Корпоративни комуникации“ на четвъртите годишни награди на сп. Business Lady. Г-жа Дойчинова получи и бронзовата статуетка в категория "Иноватор на годината" от престижните международни награди Stevie Awards за 2013 г. за иновативния подход в корпоративния PR. Участва в различни спонсорства за детски спортни мероприятия. Преподава лекция на студенти. Главен организатор по проекта "Гордея се с труда на моите родители" в компанията.

Продължава на стр. 12



г-жа Мария Дойчинова, "PR и комуникации" на "ЧЕЗ България" е отличена в раздел „Корпоративни комуникации“ на четвъртите годишни награди на сп. Business Lady

Това не е първата награда която получавате, имайки предвид дългогодишния ви опит в сферата на PR. Все пак, предвид трудностите в сектора, в който работите в момента, кара ли ви тази награда да се чувствате по-различно?

Както се съгласяваме всички ние PR-ите, нашата работа никога не е твърде лесна, въпреки твърденията на някои професионалисти от други области за обратното (смее се). Именно поради това, фактът, че тази награда се присъжда на PR, я прави още по-задоволителна за мен. Позволете ми да кажа, че въпреки предизвикателствата, през които преминава секторът, в който работя от много години, опитвам се никога да не забравям да гледам с надежда за позитивно развитие. В това отношение, един силен отбор, като този, с който работим в ЧЕЗ, позволява тази визия да стане по-осезаема и аз се чувствам наистина късметлийка да работя с такъв екип. Във връзка с това, доволна съм да кажа че политиките за КСО, които се прилагат от нашата компания, ни дават огромно удовлетворение и ни помагат да покажем комплексното лице на една сериозна компания, която освен доставчик на ютилити услуги, може същевременно да бъде и благодетел на общността.

Продължава набирането на кандидатури за конкурса CFO на годината 2015, на който БДВО партнира



В ПАРТНЬОРСТВО С:

Forbes

EY & Forbes: Продължава набирането на кандидатури за конкурса CFO на годината 2015

Основната цел на конкурса е да отличи онези финансови лидери в България, които работят за успешното развитие на своите екипи и компании и дават своя принос за утвърждаване на добри професионални практики.



Най-добрите финансови директори на България ще бъдат отличени от независимо жури в конкурса за наградата CFO на годината, организиран от EY в партньорство с Forbes.

1 2 3

Кой може да кандидатства?

Кандидатите следва да бъдат CFO или да заемат еквивалентна длъжност в публична или частна организация.

Как може да се кандидатства?

Финансовите директори могат сами да подадат своята кандидатура или да бъдат номинирани от свой колега член на екипа, CEO, HR или PR специалист.

Защо да кандидатствате?

Конкурсът е чудесна възможност за финансовите директори, техните екипи и компании да получат заслужено признание за постиженията си и за добрите професионални практики, които утвърждават през годините.

Краен срок за подаване на кандидатури: 30 април 2015 г.

Повече подробности относно CFO OF THE YEAR 2015 www.ey.com/bg/cfo

Ако имате въпроси или искате да получите общите условия за участие в конкурса CFO OF THE YEAR, моля пишете на cfo@bg.ey.com или се обадете на телефон 02 /81 77 100.



EY е новото глобално наименование и марка на Ernst & Young.

Продължава на стр. 14

Победители в конкурса CFO на годината 2014:



**Николай Андреев, Нова
Бродкастинг Груп – победител
в конкурса CFO of the Year 2014**



**Димитър Шумаров, Пощенска
банка/ „Юробанк България“ АД
– победител в категория
„Ликвидност и риск“**



**Ивайло Вътев, Аурубис
България – победител в
категория “Стратегия за
развитие на финансовата
функция“**

Продължава на стр. 15

Победители в конкурса CFO на годината 2014:



**Ренета Лакова, Интегрейтд
Микроелектроникс България
ЕООД - победител в категория
„Планиране и бюджетирание“**



**Диляна Милева, ING
Застрахователна компания -
победител в категория
„Контрол и отчетност“**



**Доротея Николова, ДСК ЕАД –
победител в категория
„Принос към общността“**

Девет проекта на български компании ще се състезават за награди в SABRE Awards



На 19 май в Лондон ще се проведе официалната церемония по награждаване на победителите в ежегодния международния комуникационен конкурс SABRE. Над 5000 кандидатури са изпратени за участие в конкурса тази година, като най-добрите сред тях се избират от над 30 членно международно жури. Във всяка категория журито избира по 5 номинирани проекта, а до номинации стигат по-малко от 10% от кандидатствалите, уточняват от The Holmes Report.

Ежегодно наградите SABRE се присъждат от Групата Холмс (The Holmes Group). Организацията е световен лидер в областта на PR проучванията, експертизата и анализа на световните тенденции в сферата на връзките с обществеността.

Продължава на стр. 17

Номинираните български компании са:

КАТЕГОРИЯ НАЙ-ДОБРА КАМПАНИЯ НА БАЛКАНИТЕ

- Говори открито срещу домашното насилие - AVON и All Channels Communication Group
- Най-големи герои са най-малките", осъществена за фондация "Нашите недоносени деца", която се подкрепя от Abb Vie и Chapter 4 Bulgaria
- Facebook геймификация за марката „Ментина“ - Захарни заводи ООД и All Channels Communication Group.

КАТЕГОРИЯ ДОМАКИНСКИ ЕЛЕКТРОУРЕДИ

- Саундракът на града - Philips България и All Channels Communication Group

КАТЕГОРИЯ ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕНОСТТА

- Прегърни ме с душата си - Българска организация за пациенти с ревматологични заболявания и Асоциация на пациенти с ревматоиден артрит, със съдействието на Abb Vie, София, България и Юнайтед Партньърс ООД

КАТЕГОРИЯ КРИЗИСЕН МЕНИДЖМЪНТ

- Намалване на риска от затваряне на българската топлоелектрическа централа - ЧЕЗ България и AMI Communications България ООД

МЕЖДУНАРОДНА КАМПАНИЯ

- Величественият Дунав – непокътнати природни красоти и люлка на древни народи - Община Свищов и APRA Porter Novelli

ИНСТИТУЦИОНАЛЕН ИМИДЖ

- Не забравяйте: Спомени от първата световна война — Schneider Electric и Chapter 4 Communications Consulting

МЕДИЦИНСКИ ТЕХНОЛОГИИ

- Една ябълка на ден държи доктора далеч от мен - Siemens Healthcare Bulgaria и APRA Porter Novelli



AMI COMMUNICATIONS
Public Relations & Consulting

10 години на българския пазар

Една от водещите специализирани PR агенции в България

Член на Българската Асоциация на PR Агенциите (БАПРА)

НАЙ-ГОЛЯМАТА PR ГРУПА В ЦЕНТРАЛНА ЕВРОПА

ЧАСТ ОТ AMIC GROUP,
EDELMAN AFFILIATE

НАЙ-ГОЛЯМАТА PR ФИРМА В СВЕТА

Дългосрочни отношения с клиентите
Високо качество на услугите
Проактивност и креативност
Иновативни PR услуги
Високи резултати
Прозрачност във финансовите отношения

СЕКТОРИ

в които имаме опит

ЕНЕРГЕТИКА
ФИНАНСИ
ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ
ПОТРЕБИТЕЛСКИ СТОКИ
ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ
АВТОМОБИЛИ
НЕДВИЖИМИ ИМОТИ
ТЪРГОВИЯ
ИНДУСТРИЯ
ПУБЛИЧЕН СЕКТОР
СТРОИТЕЛСТВО
ЗЕМЕДЕЛИЕ
ОТБРАНА
КУЛТУРА
ЗАСТРАХОВАНЕ

39
КОМПАНИИ

8,5
ГОДИНИ
СРЕДНО С
ДЪЛГОСРОЧНИТЕ
КЛИЕНТИ

ОПИТ

170 ГЛОБАЛНИ ПРОЕКТИ

SHELL, HP IPG & PSG, BASF, SC JOHNSON,
NOVARTIS, ASTELLAS, CHEVRON, KPMG

СТОТИЦИ ЛОКАЛНИ ПРОЕКТИ

VISA, CEZ, SHELL, LG, CARLSBERG, SG EXPRESSBANK,
GLAXOSMITHKLINE, UBISOFT, AIKO, EDF, AIRBITES,
WORLEY PARSONS, RUUKI, THE MALL, ARCO VARA,
WRIGLEY, GENERALI, RENOMIA, BAE SYSTEMS,
BULSTRAD, PROFI CREDIT, NOBAS, LOT, KORN

ВИДОВЕ PR УСЛУГИ

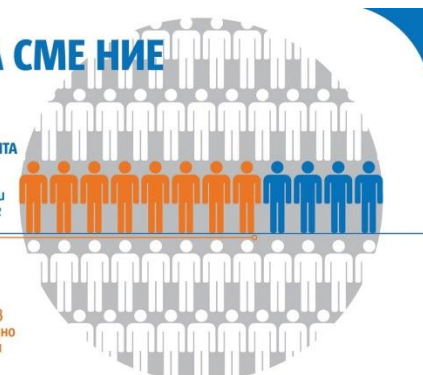


AMI Communications България навърши 10 години

ТОВА СМЕ НИЕ

12
КОНСУЛТАНТА
средно по
7 години
опит в PR и
маркетинг

8
от тях
работили в
медии средно
по 9 години



НАГРАДИ

КРИЗИСНИ КОМУНИКАЦИИ:
SABRE Gold Award EMEA 2015 финалист
SABRE Gold Award EMEA 2014
BAPRA Bright Award 2014

ВРЪЗКИ С МЕДИИ:
Visa Europe PR agency awards 2013
AMIC HAWLS internal awards 2011

КОРПОРАТИВНИ КОМУНИКАЦИИ:
BAPRA Bright Award 2011
AMIC HAWLS internal awards 2010, 2011

СОЦИАЛНО ОТВОВОРНА КАМПАНИЯ:
BDVO PR Priz 2009

ВЪТРЕШНИ КОМУНИКАЦИИ:
BDVO PR Priz 2007

E2 EDELMAN
EXCELLENCE

средна оценка от клиентите
за целия период

9,03
(оценка от 1 до 10;
7 - стандартно
за PR сектора
ниво на
обслужване)

3
СОБСТВЕНИ
ПРОУЧВАНИЯ

- "Съвременните гъвкави" - 2014
- "Ниво на доверие" - 2012
- "Нагласи на журналистите и блогърите към PR практиките" - 2009

ПРЕДОСТАВЕНИ НА
СПЕЦИАЛИСТИ И
СТУДЕНТИ В СЪБЕРАТА
НА КОМУНИКАЦИИТЕ

Станемте наши приятели на facebook.com/amic.bg.

www.amic.bg

Продължава на стр. 19

 **AMICOMMUNICATIONS**

AMI Communications България навърши 10 години. Една от водещите специализирани ПР агенции у нас е част от AMI Communications Group (www.amic.cz) и е партньор на най-голямата в света независима PR фирма Edelman (www.edelman.com). От 2005 година досега AMI Communications България е осъществила стотици проекти за 39 компании от 17 различни сфери на дейност. Сред клиентите ѝ в момента са CEZ България, Visa Европа, Societe Genarale Expressbank, Carlsberg, GSK, SES Astra, Profi Credit, Ubisoft, HOBAS, Aiko.

„За 10 години AMI Communications България се разви много. Днес може да се похвалим с редица успешни проекти, опит в повечето сектори на икономиката, силен екип от професионалисти. Фактът, че имаме дългосрочни клиенти, с които работим от 5, 6, дори 10 години, ни дава основание да сме горди. Това е най-добрият показател за успеха на нашата работа“, коментира управителят на AMI Communications България Илияна Александрова.

AMI Communications България има богат опит във всички сфери на връзките с обществеността. През годините агенцията е двигател на редица инициативи, които водят до

промяна в обществените нагласи и практики. Сред тях са корпоративните кампании за противодействие на кражбите на енергийни съоръжения и за ограничаване на сивата икономика чрез разширяване обхвата на електронните разплащания. AMI Communications България е работила и по едни от най-сложните комуникационни казуси напоследък, като заплахата за отнемане на лицензите на ЧЕЗ в България. Проектът получи признание на престижните международни ПР награди SABRE 2014 - първо място в категория „Кризисен мениджмънт“ за Европа, Близкия изток и Африка.

AMI Communications България допринася за развитието в сферата на комуникациите като осигурява изследвания, които са полезни за ПР практиците. През 2009 г., 2012 г. и 2014 г. агенцията направи три проучвания, свързани с комуникациите, които предостави на специалисти и студенти в тази област.

AMI Communications България е член е на Българската асоциация на ПР агенциите (БАПРА). Екипът ѝ се състои от 12 консултанта с богат опит в сферата на връзките с обществеността и комуникациите.

ТЪРСИМ ХОРА ОТ НАШАТА КРЪВНА ГРУПА!

Ако се чувстваш ACC-позитивен и искаш да развиваш таланта си на арт директор или графичен дизайнер в работа за страхотни марки, заедно с готин и надъхан екип, прати ни CV и портфолио на jobs@all-channels.com

 ALL CHANNELS
ADVERTISING

Онлайн ПР

Кога: 28 април - 29 май 2015 в дните вторник и петък, 18:00 ч. до 21:00 ч

Лектор: Жюстин Томс

Курсът запознава с възможностите и предизвикателствата на комуникацията в дигиталната ера. Получават се реални теоретични и практически знания в областта на PR онлайн, Web 2.0 средата в световен мащаб и спецификите за България, разглеждат се различните класически и нови инструменти, управление на репутацията в интернет.

Медиа планиране

Кога: 9 май - 10 май 2015 10:00 – 17:00 ч.

Лектор: Кристиян Постаджиян

Чрез медиа планирането научаваме кои са целевите ни групи и точните медии, които да използваме, какво да бъде времетраенето на кампанията ни и как да извлечем максимална ефективност от рекламата си. По време на курса се получават реални теоретични и практически знания. Ако искате да усвоите техниките на успешното медиа планиране, този курс е за Вас!

Продължава на стр. 22

SEO на настоящето

Кога: 16 май 2015 - 17 май 2015, 11:00 - 16:00 ч.

Лектор: Геннадий Воробьев

Оптимизацията на търсачки е все по-необходима услуга. Колкото по-напред в страницата и по-често се появява сайтът Ви в резултатите на търсачките, толкова повече трафик ще натрупа. Курсът ще Ви научи как да подобрите присъствието си в онлайн пространството. Ще разберете как да анализирате нишата, конкурентите, как да съставяме план за работа, задълбочено ще бъде разгледано какво представлява SEO на настоящето и какви действия да приложите за увеличаване на продажбите.

Започва вторият конкурс за наградите на Българската асоциация на рекламодателите (BA Awards 2015)



Награди на БААР за постижения в маркетинговите комуникации



Продължава на стр. 24

За втора поредна година конкурсът BAAwards – наградите на Българската асоциация на рекламодателите (БАР), търси иновативни, креативни и високо професионални кампании. Набирането на проекти с най-добри постижения в областта на маркетинговите комуникации в България през 2014 г. започна на 15-ти април на сайта на БАР www.baawards.com и ще приключи на 17-ти май 2015 г.

Първото издание на наградите на БАР през 2014 г. предизвика голям интерес, както между маркетинговите специалисти, така и сред по-широката общественост. Това потвърждава необходимостта от такъв конкурс, който отличава индивидуалния принос и екипната работа за постигане на по-добри резултати в бизнеса и подобряване на средата, в която той се развива.

В миналогодишното издание на конкурса се включиха 18 компании с 29 проекта. До финалния кръг достигнаха 7 от тях с 12 проекта. След оспорвана конкуренция, с награди от първото издание на BAAwards си тръгнаха маркетингови специалисти и екипи от “Тойота Балканс”, „Данон България“, „Alpha Bank“ и „Загорка“.

Второто издание на наградите на БАР ще бъде с мото **“Агенти на промяната”**. Конкурсът поставя още по-силно акцента върху индивидуалния принос. Отделната личност с нейните качества, опит и професионализъм е водеща за успеха на всеки маркетингов екип, затова Наградите на БАР 2015 имат за цел да покажат и отличат индивидуалния принос. Така БАР помага за развитието на професионализма в областта на маркетинговите комуникации и като отличава най-добрите кампании, дава надежда на специалистите в областта за реализация на българския пазар.

Категориите, в които се приемат кандидатури остават непроменени – „Нов продукт“, „Нова услуга“, „Нова корпоративна марка“, „Ребрандинг на продукт“, „Корпоративен ребрандинг“, „Корпоративна социална отговорност“, „Пускане на пазара на обновен продукт“, „Продуктова иновация“, „Спонсорство“, „Активиране на марка“.

Заявки за участие се приемат от **15-ти април до 17-ти май на сайта на наградите** – www.baawards.com. Там може да намерите цялата необходима информация за кандидатстване, критерии и процедура за оценяване, съдийски състав. Победителите ще бъдат обявени на специална гала вечер в началото на месец юни.

Редакционен екип на броя:

Асен Асенов
Десислава Василева

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

С любезното съдействие на:

