



ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ "СММ. ПУТИ РАЗВИТИЯ"

Крупный казахстанский бизнес уже переболел ажиотажем вокруг SMM и теперь встраивает "новые медиа" либо в общую digital-стратегию, либо в системы поддержки клиентов. Теперь через увлечение SMM проходит МСБ.

PR-специалистам еще предстоит наступить на грабли пустого набора людей в группы, путем проб и ошибок выработать процедуры планирования и отчетности внутри нового отдела, мучительно корректировать штатное расписание и должностные обязанности "эсэмэмщиков".

На секции спикеры поделятся своим видением "умного" развития деятельности в новых медиа и своими кейсами. В чью зону ответственности должны входить "новые медиа": PR-отдела, подразделения маркетинга или сервисных служб? Каким образом можно связать все три функции в единой команде? Какие ошибки совершаются чаще всего в SMM и как их избежать?

СПЕЦИАЛЬНЫЙ МАСТЕР-КЛАСС ОТ ИЗВЕСТНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО СПЕЦИАЛИСТА АЛАНА СТИВЕНСА "ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С АГРЕССИВНО НАСТРОЕННОЙ АУДИТОРИЕЙ"

Сегодня PR-специалисты все чаще сталкиваются с агрессивно настроенной аудиторией – дольщики, заемщики, производственный персонал предприятий пр.

Часто, именно PR-специалисты отвечают за исход сложных переговоров или выступлений перед общественностью. И часто их же потом и обвиняют, если переговоры прошли неудачно. На практике взаимодействие со сложной и агрессивно настроенной аудиторией приходится вести в формате импровизации, поскольку кризисные коммуникации в каждом отдельном случае имеют массу нюансов и не похожи на те, которые описаны в книге, услышаны от коллег или почерпнуты из вашего предыдущего опыта.

Данный мастер-класс даст вам практические инструменты для эффективного управления сложной аудиторией, помогут вам в умении договориться в кризисных ситуациях. Будут рассмотрены практические кейсы из практики Алана Стивенса.



СЕКЦИЯ-ПРАКТИКУМ: ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Корпоративные коммуникации – достаются они нам в нагрузку или это основная движущая сила в нашей деятельности? Как правильно подобрать и реализовать корпоративное мероприятие? Как понять, где необходимо привлекать внутренние ресурсы, а когда привлекать аутсорсинг? Как строить бюджет корпоративного мероприятия и оценить его эффективность? Как правильно отчитаться руководству – об этом и многом другом данная секция с участием практиков.

ОРГАНИЗАТОРЫ:

Клуб казахстанских профессионалов по связям с общественностью "PR-шы"
Агентство **PG Communications**



Дополнительная информация:

Гаухар ТОКИШЕВА, Координатор Форума
Тел/факс: +7 (727) 264-66-89, 264-71-12, 264-65-79, 264-67-37, 261-77-73,
e-mail: forum@pressclub.kz,
+7 701 777 98 06, 777 224 49 32
www.pressclub.kz

Гульмира БАКПАСОВА, Координатор Клуба "PR-шы"
+7 701 705 50 54, e-mail: Gulmira.Bakpassova@gmail.com

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:



зачем другой банк, когда есть kaspi

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ДНИ PR В КАЗАХСТАНЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ PR ФОРУМ
PR ТЕХНОЛОГИИ
ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ МИРОВ:
КАК СОЕДИНИТЬ
OFF-LINE И ON-LINE