



РАКТИКИ

Информационно издание на БДВО



**Милена Атанасова,
Председател на БДВО**

Здравейте, PR-и!

експерти, специалисти, асистенти, практики, академици, студенти и най-вече PR ентузиаста ☺

Изключително се радвам да се срещнем на територията на първото електронно информационно издание на БДВО - "PRактики". Ако имате желание, ще го получавате по електронната си поща на всеки 2 седмици. Вярваме, че то ще ви хареса и най-вече, че ще бъде полезно за вас в работното ви ежедневие.

Идеята да създадем подобен бюлетин се роди през изминалата 2009-та година, като естествена развръзка от успешната дейност на Дружеството. Ние имаме да ви кажем все повече неща, надяваме се – вие също искате да имате арена за дебати и най-вече място, където да изразите своето задоволство или недоволство от случващото се в България и извън нея относно всичко, свързано с професията ни.

"PRактики" ще бъде и наш, и ваш инструмент за обмен на информация. Изданието ще има за цел да информира всички желаещи за инициативите на БДВО, както и за всичко интересно, което се случва в професионалната ни област по света и у нас. От редакционния ни екип очаквайте също да събира и вашите знания, мнения и впечатления относно случващото се в PR сферата. Затова в този своеобразен електронен бюлетин предстои да видите не само новини, но също и интервюта с популярни и недотам популярни личности от PR областта в България и по света.

А сега ви оставям да разгледате сигналния (нулев) брой, защото сигурно сте любопитни.

Приятно четене!



Европейската PR Конфедерация променя статута си и се влива в Глобалния Алианс за PR и комуникационен мениджмънт

Общото събрание на [Европейската PR Конфедерация](#) (CERP, създадена през 1959 г.), провело се в Катаня, Италия в края на 2009 г., взе решение за промяна на статута на организацията. CERP става част от световната организация - [Глобален Алианс за PR и комуникационен мениджмънт \(GAPRCM\)](#).

Абревиатурата CERP вече ще означава името на **Centre Européenne des Relations Publiques** – базирана в Брюксел европейска think-tank структура на GA за изследвания на PR и комуникационни политики и теми.

Глобалният Алианс е създаден през 2000 г. като организацията, която обединява професионални PR асоциации от цял свят, в партньорство с които работи за утвърждаване на влиянието на пблнк рилейшънс индустрията в световен план.

Като член на CERP и GA, БДВО бе представено на срещата в Италия от Нели Бенова, член на Борда на CERP.



Стокхолм ще бъде домакин на шестия Световен PR фестивал

На 14 и 15 юни 2010 г. в столицата на Швеция - Стокхолм, ще се проведе Шестият Световен PR фестивал.

Сред гост-лекторите, потвърдили участие в програмата са Мервин Кинг (Mervyn King), старши съветник на Световната банка и ООН; Карл Билдт (Carl Bildt), външен министър на Швеция; Бьорн Едлунд (Björn Edlund), вицепрезидент на комуникациите в Shell; Брайън Солис (Brain Solis), експерт по социални медии и Ан Грегъри, един от най-опитните преподаватели и PR практики във Великобритания и бивш президент на английския институт за PR - CIPR.

Като част на световната PR асоциация Global Alliance, членовете на Българското дружество за връзки с обществеността могат свободно да правят своите регистрации за Форума [на този адрес](#). До 10 февруари 2010 г. всички регистрирали ще ползват преференциална цена от **500 евро**. Таксата участие след 10 февруари 2010 г. е **700 евро**.

Повече информация за форума можете да прочетете [ТУК](#).



Предстоящи събития

[22 януари 2010 - Презентационни умения](#)

Лектор: Надежда Савова

[28 януари 2010 - PR изследвания и оценяване на резултати: методи и практика](#)

Лектор: Радостина Ангелова

[30 януари 2010 - CIPR Internal Communications Certificate](#)

Лектори: Кевин Рък и Ан Пилкингтън

[3 – 4 февруари 2010 - Комуникация и презентационни умения](#)

Лектор: Надежда Савова

Едногодишен курс по PR

Едногодишният курс по PR дава възможност за придобиване на теоретични и практически умения по PR. Програмата е съставена от 10 модула, градиращи в логическа последователност – от получаване на базови знания до изграждане на задълбочена представа за детайлите в професионалния публичен рилейшънс. Участниците в едногодишния курс по PR ще придобият високо ниво на разширени познания за реализирането на професията, адаптирани към реалната социално-икономическа ситуация. В края на обучението, след полагане на изпит пред държавна комисия, всеки курсист ще получи удостоверение от МОМН – официален документ за придобиване на професионална квалификация.

За допълнителна информация: M3 Communications College, www.m3college.com.

Среща на Клуб Вътрешен комуникатор в Apeiron Academy на тема „Социалните пушачи” или алтернативни начини за директна комуникация със служителите

„Имате ли една цигара?”, пита служителят непушач.

„Да, заповядай. Добре че пушиш, за да те видим.”, отговарят колегите. Това е началото на неговото „социално пушене”.

Тази и други подобни ситуации бяха представени от участниците в 12-тата среща на [Клуб Вътрешен комуникатор в Apeiron Academy](#) на 13 януари 2010 година. 13 комуникационни специалисти обсъдиха темата „Социалните пушачи” или алтернативни начини за директна комуникация със служителите.

Ø „Социалното пушене” – комуникационни аспекти на неформалните контакти в организацията

Ø „Социалното пушене” като обобщен образ на алтернативните начини за директна комуникация.

Ø Ролята на специалиста вътрешни комуникации – откриването и управлението на алтернативни начини за директна комуникация в организацията.

Пълно резюме от срещата можете да откриете във форума на Клуб Вътрешен комуникатор на Grapevine Blog тук: <http://apeironcommunication.com/blogs/grapevine/category/club/>

Силвия Костова, Управляващ директор Symmetric Communication



Силвия Костова е завършила журналистика в СУ „Св. Климент Охридски“. Била е журналист и репортер. Тя е един от основателите на агенция All Channels Communication, където в продължение на 7 години е била PR мениджър, мениджър „Връзки с клиенти“ и директор на отдел „Институционални комуникации“.

От края на 2005 година е първо PR, а после Project Manager на Информационната и комуникационна програма на Делегацията на Европейската комисия в България. От октомври 2008 година Силвия Костова е собственик и управляващ директор на Symmetric Communication. Омъжена, с две дъщери.

Как избрахте PR професията или тя избра Вас?

Избрах и се развих в PR професията напълно съзнателно и целенасочено, въпреки че по призвание и диплома съм журналист. Не само защото PR дава възможност на човек да твори и заедно с това да направлява създаването – на новини, събития, процеси. Динамиката в сферата на PR е много по-интересно предизвикателство и дава възможност за получаването на много повече познание и умения в най-различни сфери. А и лично за себе си смятам PR за печеливш и престижен бизнес, особено в световен мащаб.

Според Вас какви качества трябва да притежава добрият специалист?

В последните години на различни дискусии много сме говорили и за съжаление продължаваме да говорим и да чертаем образът на „идеалния“ PR специалист, спорейки пере ли пари PR-ът или не. Не искам да продължавам тази дискусия – мисля, че най-добрите практики и теоретици в България достатъчно ясно са го описали в Етичния кодекс на българските PR специалисти, който вярвам, че всеки уважаващ себе си PR практик у нас познава добре и, разбира се, спазва...

Как бихте описали пазара на PR услугите в България като предприемач в среда на сериозна конкуренция?

Не знам дали наистина в България има 136 агенции, които твърдят, че се занимават с PR – аз познавам не повече от 20 сериозни играчи на пазара. Тези агенции създават изключително интересни и чудесно реализирани кампании и е чест да се състезаваш с истински професионалисти. Бих се радвала те да стават все повече – от това печелят клиентите, печели потребителят, печели пазарът – конкуренцията ражда качество, особено по време на криза.

Какво е специфичното при работата на ръководна позиция?

В последните години съм много повече мениджър, отколкото PR. Смятам, че не можеш добре да управляваш бизнес, който не познаваш добре, нито пък да спреш своето развитие и да не следиш и владееш пръв сред екипа си новостите в своята сфера. Освен това на ръководна позиция трябва да вършиш своята работа така, че да осигуриш възможност на хората в екипа да работят ефективно и мотивирани върху създаването на най-качествения продукт или услуга по най-ефективния начин. А това се измерва много просто – с това дали бизнесът ти е печеливш и дали постигаш своите цели. Спецификата на PR бизнесът, за разлика може би от управлението на завод е, че „продуктът“ ти се създава, изпълнява, реализира и оценява от хора, а не от машини. А с хора се работи най-трудно – но пък и най-интересно.

Като собственик на PR агенция, бихте ли описали основните видове PR, които практикувате и техните характеристики?

Symmetric Communication има и корпоративни, и институционални клиенти. Стремим се да се занимаваме предимно с PR в максимално чист вид, като дори събитийния мениджмънт изнасяме извън агенцията, работейки с най-добрите компании в тази сфера като партньори или с външни специалисти.

А ако трябва да открия една генерална разлика между корпоративния и институционалния PR, то тя ще бъде в подхода при представянето на новината и работата с медии.

Бихте ли разказали за работата си за Европейската комисия в България?

Две години бях първо PR & Events Manager, а после и Project Manager на Информационната и комуникационна програма на Делегацията (от 2007 година Представителство) на ЕК у нас. Ние бяхме нещо като „външен офис“ на Делегацията, съставен от 9 човека. Работата там, освен безценен опит в мултикултурна среда и административни умения в управление на проекта с най-голям PR бюджет у нас, ми даде и още нещо много важно: погледът от страната на клиента, който прави конкурси и избира за изпълнение на отделните дейности различни компании, сред които и най-добрите PR агенции у нас. Този опит ми беше много полезен, когато се върнах обратно от страната на агенцията и до днес не забравям как всъщност мисли клиентът и какво е важно за него, когато работи с външни специалисти.

Какво Ви носи членството в БДВО и как решихте да станете член на дружеството?

Трябва да си призная, че не съм сред най-активните членове на БДВО и дори години наред следях дейността на дружеството откъслечно, макар че винаги се интересувах от конкурса “PR Приз”, разбира се. Моят ментор и учител в PR – Нери Терзиева, беше носител

на една от наградите в първия конкурс за постижения в PR – тогава, когато може би малцина си спомнят, церемонията по награждаването беше в Пресклуба на БТА, за разлика от стилните церемонии днес, които пълнят огромни хотелски зали. С ръка на сърцето ще споделя, че чак сега по достойнство оценявам пионерските усилия на колегите, които създадоха организацията и това, което са постигнали до момента с много труд, ентузиазъм и усилия.

Как виждате бъдещето на Дружеството?

Дори на сравнително малък пазар като нашия има нужда от силна и дейна организация, която да обединява доказаните професионалисти в областта и да дава възможности за споделяне на добри практики между тях и с младите колеги, които сега навлизат в професията. Смятам, че бъдещето е в привличането на максимален брой такива професионалисти и доказването на организацията като важен фактор в сферата на комуникациите.

Какъв съвет бихте дали на организацията като цяло?

Да бъде максимално активна и атрактивна, така че сериозните играчи на пазара да искат да си играят с нея.

Какво си пожелавате в професионален план за 2010 година?

Развитие в посоката, която сме избрали – да бъдем след водещите агенции на пазара.

/край/



Ванина Ханджийска завършва специалност „Връзки с обществеността“ във Факултет по журналистика и масова комуникация към СУ „Св. Климент Охридски“ и магистратура по „Вътрешни и външни комуникации и PR“ в Института по PR и комуникации - IRCOM, Франция. Професионалния си път започва в телевизия, работи върху проекти, свързани с френската култура в България, работи в направление «Търговски отношения и маркетинг» във Френско-българската търговска камара, а от септември 2007 г. е част от комуникационния екип на ДЗИ.

Как започнахте да работите в областта на PR и това ли е Вашата специалност?

Връзки с обществеността и комуникации е специалността ми от университета и съвсем естествено се превърна в моя професия. По стечение в обстоятелствата, започнах да работя първо в телевизия – новинарска емисия, след това в предаване, но винаги съм знаела, че това, с което искам, е да се занимавам с PR. Смятам, че телевизионният опит ми помогна да разбера какво „искат“ журналистите, както и да представям информация в много стегнат, синтезиран вид. Има някаква магия в това да бъдеш посредник между две страни, между организацията и нейните публики, да предаваш послания по разбираем, адаптиран начин, да работиш за добрия публичен образ на тази организация.

От колко години се занимавате с това и в какви области сте работили преди?

От около 7 години - период, през който имах възможността да работя върху различни проекти, да прилагам разнообразни комуникационни техники, да използвам различни канали. Занимавала съм се с организиране на събития, което и до ден днешен е сред любимите ми направления, връзки с медиите, PR, вътрешни комуникации, спортно спонсорство. Особено интересна ми беше комуникацията в международна среда – по времето, когато бях във Франция. Това е периодът, през който се запалих по вътрешните комуникации и по зелените идеи.

Какво Ви привлече в работата в застрахователна компания и какви особености крие тя?

Финансовият и застрахователният сектор често се асоциират с консерватизъм, традиция, стриктно следване на протокола. Тази представа се е наслоила с годините. Струва ми се, че тези институции се отварят към нетрадиционния подход при комуникацията. Креативните и нестандартни идеи винаги са добре дошли, стига да са добре обосновани и в съответствие с дейността и добрия имидж на компанията. Това, което ме привлече в ДЗИ, е възможността да бъда част от екипа на един от лидерите на българския застрахователен пазар, който е част от международната банково-застрахователна група КВС. Разбира се, за да си добър в работата, трябва да познаваш спецификите на бизнеса. Моето образование не е в сферата на застраховането, но това също бе предизвикателство – да учиш нови неща, да се усъвършенстваш. Смятам, че това е и хубавото на нашата професия – тя дава широки познания и подготовка, които позволяват след това да се специализираш в определен сектор и направление.

В коя сфера от PR работите в момента - вътрешни, външни комуникации или нещо друго?

Занимавам се с PR и организиране на събития – вътрешни и външни. Основните ми задачи са свързани с вътрешните комуникации в ДЗИ, направление, което става все по-популярно и ценено от компаниите и у нас. Спомням си, че преди няколко години у нас се говореше основно за теория за вътрешен PR. Аз лично натрупах практически опит във Франция – там вътрешните комуникации са издигнати почти в култ, непрекъснато се разработват разнообразни техники и стратегии. /следва на стр. 9/

Какви са принципните особености на работата с вътрешна публика?

ДЗИ е организация с голям екип - над 900 служители, както и няколко хиляди посредници, в цялата страна. Всъщност, работата с вътрешна публика е всекидневен предизвикателство, защото тя е не по-малко взискателна от външните и има своите очаквания. Например, когато представяме новини по текущи проекти, се стремим те да бъдат атрактивни, да носят полезна информация и същевременно - винаги да запазват „човешкия“ елемент, да не са технически документи, а истински истории от вътрешния живот на компанията. Тъй като колегите са разпределени в цялата страна, е важно да адаптираме комуникацията си и към тях, да бъдем близо до тях, защото България не е само София. За успеха на вътрешните комуникации, разбира се, от ключова важност е и подкрепата на най-високо ниво в компанията.

Удовлетворява ли Ви този тип работа и какво най-много Ви допада в нея?

Разбира се, когато човек се занимава с това, което обича, работата не може да бъде друго, освен източник на удовлетворение. Харесва ми всекидневният, директен контакт - с колегите, с партньорите и изобщо - с хората, с които работим по различни проекти и инициативи. Харесва ми динамиката на работата, защото никога ден не е еднакъв с предходния и винаги има ново предизвикателство.

Ценя възможността да се подхожда креативно дори и във всекидневни ситуации - винаги се стремим да представим информация или проект по един иновативен начин, който да привлече и задържи вниманието. Така например, преди време представихме важен финансов проект и ролята на група хора на ръководно ниво в компанията в ...авиационен център за подготовка на бъдещи пилоти! Целта ни беше да подчертаем важността на тяхната роля за успеха на компанията. Друга интересна инициатива беше опитът да видим ДЗИ под един различен ъгъл – през погледа на децата на нашите колеги. Не на последно място, удовлетворение ми носи и фактът, че имам страхотни колеги в отдела!

Какви са бъдещите Ви професионални планове?

Те са насочени към комуникациите. Знаете, че нашата сфера на дейност се развива изключително динамично, благодарение на новите технологии, социалните мрежи и онлайн, социално-отговорните кампании, към които бизнесът се насочва все повече. Особено ми се иска да работя още по-активно по някои „зелени инициативи“, защото усещам готовност и подкрепа не само от колегите си, но и от страна на ръководството на компанията.

От 2007 г. сте член на БДВО - защо избрахте нашата организация?

Смятам, че всяка професионална общност има нужда от професионална организация, от място за обмен на опит и добри практики, за съвет от колега и дори – от „свервяване на часовника“. Принадлежността към организация като БДВО е „добавена стойност“. Това е общност, която споделя еднакви ценности, идеи и убеждения.

Какво очаквате от Дружеството през 2010 и готова ли сте да допринесете за неговата дейност, като активно се включите в работата?

Изминалата година беше много динамична, имахме възможността да участваме в поредица от срещи и инициативи, на които бяха разгледани актуални теми и се получиха интересни дискусии. Много ми се иска през 2010 да имаме по-често поводи да се събираме, да има събития със „сплотяващ ефект“ – например, защо не - семинар за членовете, който да се проведе извън София, да бъде по-интерактивен. Сигурна съм, че за темите и гостите ще имаме отново интересни изненади и добри попадения. Колкото до моя принос – определено бих участвала в работата на БДВО!

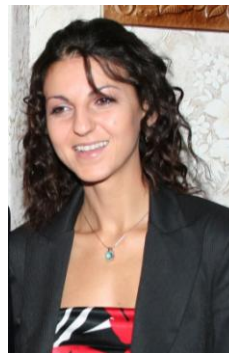
Какво ще пожелаете на членовете на БДВО за Новата 2010?

Пожелавам им една здрава 2010 година, успехи в PR начинанията, както и вдъхновение за ефективни творчески решения! Също така – много поводи за радостни усмивки от добре свършената работа!

/край/

Деница Александрова завършва магистратура „Връзки с обществеността“ в Бургаския свободен университет, а бакалавърска степен „Португалска филология“ получава в СУ.

В момента е главен специалист „Връзки с обществеността“ на община Козлодуй и е участвала в изборите за евродепутати и народни представители 2009, като специалист по PR.



Милена Спасова завършва бакалавърска програма „Маркетинг“ и магистратура „Финанси“ в Университета за национално и световно стопанство. Към момента е Маркетинг мениджър на фирма “Бисано софтуер”



Мария Томова е студент във Факултета по журналистика и масови комуникации към СУ. Трета година следва в специалност „Връзки с обществеността“. В момента работи като репортер на списание „Блясък“. Участвала е в организацията на конкурса „PR Приз“ през 2009 година.

Милен Филипов е бакалавър в специалностите „Връзки с обществеността“ и „Английска филология“, магистър по „Лингвистика и превод“.

По настоящем е преподавател в Бургаския свободен университет по дисциплините „Специални събития“, „Кризисен PR“, “Планиране на комуникационни кампании”, „Теория на комуникацията“, „Рамкиране“. В момента е и PR консултант на El Hotels Ltd. и KD basses.





Сашка Васева: Аз съм създала пиара в България

В интервю за e-vestnik.bg фолк певицата разказва за начините за манипулация на медиите, добрия PR и как като няма новина, можем да си я измислим...
Цялото интервю можете да прочетете [тук](#).

По-долу са представени накратко най-големите открития на Сашка Васева за пиара.

„Сашка трудно успява да не е в центъра на някой скандал. Фолк звездата признава, че в повечето случаи тя си ги измисля, за да си прави пиар.“

„Не мога да кажа, че съм имала трудни моменти. Просто съм пробивала с шанс. И с труд, но трудът ми е бил свързан с добрия пиар. В годините, в които никой не знаеше какво е пиар, аз сама си го правех.“...

„Първото, което направих, е да звънна в „24 часа“ на Бойко Брайков, който правеше една страница „Фолк“. И му казах: „Здравейте, аз съм мениджърът на Сашка Васева“ (смее се). Това беше 93-а, когато никой тук не е сънувал за мениджъри и посредници между журналисти и звезди. Аз нямах мениджър, но се представих така, защото знаех, че на Запад така се случват нещата – че Мадона има, да речем. И журналистът ми каза: „Заповядайте, ще ми бъде интересно да се запознаем с новата фолк певица“. Отидох в редакцията и казах, че мениджърът ми се е разболял и затова съм сама (смее се). Тогава такъв пиар си правих, такива сензации си измислях.“...

„Та с Татарчев сме приятели – той ме канеше често по Паничище, агънца – това, онова. Аз пък взех, че си пузнах в „24 часа“ съобщение, че са ме отвлекли в Силистра (смее се). И Татарчев ме пуска за издирване. А това е моя пиар акция, лъжа отвсякъде.“ ...

“Пиша си: „Сашка отвличена в Силистра“ (смее се). Гръмна всичко, обявена съм за издирване. Срегнах и полицаи, които ми казваха: „Ама вие сте издирвана от главния прокурор!“. Обадих му се, разбира се, на Татарчев, да му обясня. Но това се нарича разюздан пиар. Не трябва да се прави от другите хора. Докато съм по телевизията да кажа: „Не правете това вкъщи никога“. (смее се)“...
„Беше 10 години затишието, тогава си отгледах детето. Затишието беше, тъй като моята кариера си я правех на базата на моите измислици, така наречения пиар. А те не можеха да виреят, когато съм женена. Нямах как да си правя каквото си искам. Ако съм свободна сега, бих измислила куп неща, с които да направя фурор (смее се), но не мога вече.“...

„А журналистът за певица е „негово величество“. Ако ще да се скъсат да ти въртят клиповете, журналистът те прави звезда. Иначе клиповете са еднакви сега, визиите са еднакви... но когато имаш журналисти, които да ти пишат за теб и хората да те опознават като човек. Няма как да ти опознаят русата перука и силикона. Журналистът представя характера ти, та дори и да излъже, в друго интервю ще имаш възможност да покажеш какъв си. Журналистът и певецът вървят ръка за ръка.“

Редакционен екип на броя:

Милена Атанасова – m.atanassova@bdvo.org

Нели Бенова – n_benova@bdvo.org

Стоян Стоянов – s.stoyanov@bdvo.org

Симона Стефанова – s.stefanova@bdvo.org

Мануела Дюлгерова – m.dyulgerova@bdvo.org

Очакваме вашите мнения, коментари и предложения за материали в “PRактики” на координатите на редакцията:

Българско дружество за връзки с обществеността –
София 1504, ул.Сан Стефано 25

Тел: 0885 106 372; 02/ 483 36 31

Ел.поща: s.stefanova@bdvo.org