

**PR — ЭТО ПРОСТО**

**РОМАН  
МАСЛЕННИКОВ**

**ВЫ —  
ВЕБ-ШОЙГУ:  
АНТИКРИЗИСНЫЙ  
ПИАР В СЕТИ**

**12+**

PR – это просто

Роман Масленников

**Вы – веб-Шойгу:  
Антикризисный пиар в Сети**

«Автор»

2013

## **Масленников Р. М.**

Вы – веб-Шойгу: Антикризисный пиар в Сети /  
Р. М. Масленников — «Автор», 2013 — (PR – это просто)

Противодействие чёрному пиару в интернете — острая актуальная задача не только во время «экономических кризисов». Почему в Интернете? Это подробно объясняется на страницах книги. Если коротко: «А где же, как не там?» В Сети вся жизнь сейчас, брат! Конечно, во времена рецессии услуга «Антикризисный PR» — находится в топе самых заказываемых клиентами PR-агентств. «Неправильные» увольнения, конкурентные войны, просто сокращение денежной массы и клиентов, убыль клиентов. Все это способствует тяге ваших недобросовестных спутников к нечестной игре. — Как реагировать на негатив? — Как бороться с плохими, «устаревшими» и нечестными отзывами? — Как вычищать «авгиевы конюшни» плохой информации и возвращать бизнес к жизни? — Что такое «асимметричный ответ»? Обо всем этом вы и узнаете из книги! Удачи вам!

# Содержание

Вступление	5
Предупреждение!	6
Бонусы	7
Антикризис: Введение	8
Почему антикризисный пиар важен в Сети?	9
Конец ознакомительного фрагмента.	11

# Роман Масленников

## Вы – веб-Шойгу: Антикризисный пиар в Сети

### Вступление

Вашему вниманию – мои наработки для одной из тайных сфер деятельности пиарщика. Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Вы вправе послушать аудио-запись данного вебинара или мастер-класса – купить или скачать<sup>1</sup>. Но книга есть книга. Здесь есть бонусы!

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде простой статьи. Но мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной Вам здесь информации. Первыми ею должны воспользоваться только избранные – скачавшие данную книгу, то есть Вы!

Вперед!

*Роман Масленников*

*Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.*

---

<sup>1</sup> <http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов – лекций о PR

## **Предупреждение!**

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это, пожалуйста.

Этот ход – «публикация стенограммы без редактуры», – преследует 2 две цели: экономия места на бумаге и своеобразная шифровка информации. Кто захочет, тот поймет!

А чтобы был стимул за то, что вы решились продраться через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

## **Бонусы**

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу по теме книги. Добавляйте меня – rmaslennikov, чтобы условиться о времени Вашей консультации.

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми!

Будем с Вами на связи!

## **Антикризис: Введение**

Тема у нас звучит сегодня как «Антикризисный пиар в Рунете». Чуть позже объясню, почему именно в Рунете. Критическая ситуация: как с ней быть, как быть к ней готовым, как ей противостоять, как защитить репутацию первых лиц.

Я являюсь, помимо указанных в презентации статусов, кандидатом философских наук, что позволяет смотреть на ситуацию более широко.

И постараюсь вам сегодня рассказать, как работать с негативом: что с ним делать или, может быть, ничего не делать, или, например, как к этому подходить не столько комплексом, сколько централизованно. По мере общения до семинара у меня родилась одна идея. В конце сегодняшнего семинара, мастер-класса или лекции – как угодно, в принципе, можно назвать – я поделюсь этой идеей. Потому что основная проблема, как я понял, это не только среагировать на негатив правильно, правильно к нему подготовиться, но еще и пробить это решение у руководства, чтобы оно одобрило ваш план действий или не одобрило. Вот в этой связи, соответственно, у меня тоже есть пара идей. Точнее одна идея, которой, как я уже сказал, поделюсь.

## Почему антикризисный пиар важен в Сети?

Итак, прежде чем вообще понять, что такое антикризисный пиар, собственно: антикризисный пиар сегодня применителен (этот термин), в основном, только именно к интернету именно в том сегменте языка, в котором вы работаете – в русском интернете. Иностранские публикации тоже можно использовать, но это все-таки хоть и мощно, но второстепенно. Об этом тоже коротко сегодня скажу.

Пиар в интернете. Раньше было как? Допустим, какая-нибудь фармацевтическая компания, которую уже во всех учебниках процитировали, извинилась перед всеми, провела пресс-конференцию, и вроде бы как бы все. На этом они считают, что дело закрыто, и уже дальше отпиаривают эту ситуацию в учебниках, литература, как они классно все сделали. На самом деле, там может быть все было и по-другому, но случай вошел, я считаю, запланировано. Все знают уж этот приснопамятный Тайленол.

Сейчас ситуация другая. Пресс-конференцию уже провести недостаточно. Отделаться пресс-релизом тоже не получится. То есть: на каждую пресс-конференцию, на которую придет, допустим, тридцать журналистов, у каждого будет по десять тысяч читателей, получается у нас триста тысяч в сумме читателей. И для этого целая пресс-конференция. Ну хорошо, окей, они напишут. А потом напишут два блогера, у которых в сумме читателей минимум полмиллиона. Если три напишут, то миллион. Ну и, собственно, где здесь получается фокус внимания?

Пресс-релиз. Вы его написали, все официально, от имени компании, по всем распространяли, но здесь другая ситуация: он еще и не всем дойдет, а всем, кому он дойдет, скажут: «Ой, а мы без денег его не публикуем», – или: «Вообще здесь какая-то неактуальная фигня, вообще мы сейчас о другом пишем».

Простой пример: мы разговаривали с корреспондентами Рен-ТВ о повестке дня, о том, о чем пишут журналисты. Мы организовывали интересный информационный повод на первое апреля. Коротко о нем, и почему, собственно, разговор состоялся.

Мы принесли в офис одной сервисной компании двух питонов. Там их оставили, потом позвонили во все СМИ и сказали: «Что с ними делать? Они сейчас загрызут всех сотрудников! Помогите их пристроить! Мы их боимся!» – и так далее. Через полтора часа у нас стояла очередь из пяти телеканалов, чтобы снять это действо. Один телеканал пропустили, потому что мы их встретили, остальные телеканалы не пропустила охрана, потому что было воскресенье и по тупости их «завернули». Охранник не дозвонился кому-то – в общем, глупейшая фигня. И даже несмотря на это, в понедельник-вторник выходили полосы центральных федеральных газет с этим случаем. То есть: «Обнаружены два питона, что делать?» Соответственно, здесь уже защитники животных подключились. То есть очень серьезный резонанс.

Ну, понятно, что это было для пиара компании организовано.

Той, в которой оставили этих животных. Этот случай можно до сих пор в интернете посмотреть, если интересно, набрать «питоны в офисе» в Яндекс.

Так вот, приехали снимать Рен-ТВ, и мы спрашиваем, как бы играем роль: «Чем вас заинтересовала ситуация?» Все-таки Рен-ТВ, федеральный канал, мол, где мотивация-то? И они рассказали такую интересную историю: «Вот вы знаете, мы снимаем для зрителей, а зрителям не интересны взрывы газопроводов, масляные пятна, какие-нибудь обрушения каких-нибудь цистерн. Нет, конечно, интересно, но больше интересна судьба каких-нибудь животных, людей, детей. Вот у нас был случай, – говорят они, – взрыв

газопровода. И через пять минут обращение: «Пропал котенок», – застрял в мусорном отсеке. Он пищит на весь дом, ничего поделать нельзя, жители уже не спят третью ночь, и вот сейчас они обратились во все газеты. И как вы думаете, куда мы поехали? Что нам сказал редактор: взрыв газопровода или котенок?»

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.