



**PR (не) равно продажи:
можно ли компаниям работать
без продвижения в ЛПК и мебельной отрасли**

**Рябинина Ольга,
руководитель PR-агентства MediaWood**



ОЛЬГА РЯБИНИНА

Основатель агентства

Журналист, член Экспертно-консультативного Совета по лесному комплексу при Комитете Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию

Образование: РГПУ им. А.И.Герцена, кафедра «Связи с общественностью», специальность «Современная пресс-служба», постоянное повышение квалификации на образовательных платформах MaEd, Школа SMM Дамира Халилова, «Нетология» и пр.

Работа в ЛПК с 2003 года

50+ проведенных конференций, круглых столов, семинаров в России и за рубежом;

100+ выставок и тематических конференций в России и за рубежом;

250+ статей в отраслевых СМИ: обзоров предприятий, проблемных материалов и пр.

PR-агентство MediaWood осуществляет комплексную поддержку предприятий лесопромышленной и мебельной отраслей

Главная миссия - помочь в продвижении компаний и организаций с учетом специфики отрасли: написание статей и обзоров, подготовка корпоративных материалов, работа с отраслевой прессой, организация и проведение специальных мероприятий - семинаров, конференций и пр.

Одно из главных преимуществ MediaWood - мы говорим с вами на одном языке: лесосека, фанкряж, кромкооблицовка и нестинг для нас не просто слова

Основано в июле 2019 года



Статьи

Написание текстовых материалов, технологических статей, обзоров предприятий, рекламных текстов, новостей на сайт и т.д

Инфоподдержка в СМИ

Работа с ведущими отраслевыми изданиями и порталами, выполнение функций пресс-службы компании

Реклама

Организация и ведение рекламной кампании в отраслевых СМИ (федеральных и региональных)

SMM

Упаковка и ведение социальных сетей

Мероприятия

Организация участия и сопровождение на отраслевых мероприятиях. Организация и проведение собственных семинаров, круглых столов, пресс-конференций и др. специальных мероприятий

etc.



Нам доверяют:

Отзывы партнеров:



С большинством компаний мы сотрудничаем на постоянной основе, с некоторыми были реализованы отдельные проекты



Forest Grand



Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России



PR (не) равно продажи

Или равно?

3 идеи в поисках
ответа

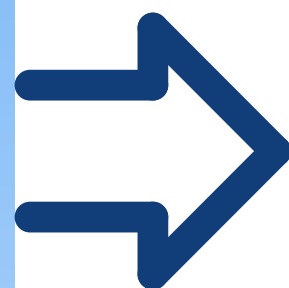


ДОВЕРИЕ

Эра продуктового преимущества закончилась



- Все станки - инновационные, производительные и точные
- Вся мебель качественная — в соответствии со своим ценовым сегментом
- Пиломатериалы точной формы и с постоянными геометрическими характеристиками



Конкуренция между компаниями усиливается, при прочих равных она выходит в информационное поле, и именно здесь решается многое



Покупают у тех, кому доверяют

Даже если покупка
обойдется дороже



ПАБЛИЦИТНЫЙ КАПИТАЛ



«Публицитный капитал — это совокупность информации, которую мы загружаем про нас в информационное поле, совокупность публикаций, статей, видеоматериалов, постов в социальных сетях, репостов, лайков — то есть это все то, что мы делаем в информационном поле и что в итоге формирует некую картинку про нас в голове представителей целевой аудитории.

Чем больше этой информации, чем более позитивный характер она носит, тем значимее наш публицитный капитал. Чем больше ссылок о нас выдает поисковик (опять же ссылок с позитивной информацией), тем больше у нас этот капитал», —

ТИМУР АСЛАНОВ

Предприниматель, основатель ИД «Имидж-Медиа», главный редактор ведущего журнала о продажах «Управление сбытом»



Даже если вы ничего специально не делаете для этого публицитного капитала, вы все равно присутствуете в информационном поле.

И вам повезло, если эта информация носит положительный характер

А если о вас вообще нет информации
или ее мало — еще хуже



Вы вообще существуете?
Вам можно доверять?



Публицитный капитал, как совокупность качественной и количественной информации о компании, бренде или человеке, становится сегодня одним из важнейших нематериальных активов, вашим конкурентным преимуществом



**Ваша ключевая задача:
управлять публицитным капиталом,
наращивать его, приумножать...**

Как работать в информационном поле, как формировать паблицитный капитал:

- Работать со СМИ;
- Сделать актуальный, понятный, удобный сайт;
- Поддерживать лояльность аудитории в соцсетях;
- Выкладывать видео на YouTube;
- Вести Яндекс.Дзен
-
-
-



7 КАСАНИЙ И ПУТЬ КЛИЕНТА

Человеку нужно время на то, чтобы все обдумать, изучить компанию или ваш продукт поближе, изучить отзывы, мнения экспертов — да, сегодня потребитель очень образованный, он приходит к вам тогда, когда имеет представление о вас



Правило 7 касаний означает, что вам нужно 7 раз коснуться вашей целевой аудитории, прежде чем будет принято решение о покупке/работе с вами.

33
и более

33
и более
касаний

Касание - это:

- Рекламный макет в СМИ;
- Рекламный ролик на ТВ или радио;
- Баннер на портале;
- Встреча на выставке;
- Пост в соцсетях;
- Звонок менеджера;
- Отзыв на Яндекс.Картах;
- Электронная рассылка;
- Визит на сайт;
-
-
-

Customer Journey Map

Путь клиента — это маршрут потенциального клиента, который начинается с выявления проблемы и заканчивается ее решением через приобретение продукции бренда



Продуманный путь помогает выстраивать долгосрочные взаимоотношения с аудиторией и создавать позитивный имидж бренда



Customer Journey Map



На каждом этапе пути — свои касания и свои инструменты

На этом путь клиента не заканчивается:
в последствии сюда включается и
постпродажное взаимодействие, и в
итоге заказчик становится адвокатом
бренда

Важно!

Качество касаний.

Все они должны иметь положительную тональность, вызывать у человека интерес, доверие, положительные эмоции, отвечать на его вопросы, рассеивать сомнения и т.д.

Когда на своем пути представитель вашей целевой аудитории начинает искать информацию о вас — публицитный капитал должен быть таким, как нужно вам, чтобы содействовать принятию положительного решения в вашу пользу

PR влияет на продажи через формирование доверия и создание репутации

Таким образом, постепенно, маленькими шажками, используя все доступные инструменты, вы влияете на свою целевую аудиторию, формируете представление о компании и продукции, завоевываєте доверие, тем самым приближая заказчика к вашей главной цели — заключению сделки

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Рябинина Ольга

Тел.: +7 (921) 300-20-89

E-mail: ryabinina@mediawood.ru

Сайт: mediawood.ru

