

МЕТОДЫ PUBLIC RELATIONS В ИНТЕРНЕТЕ

Public Relations является планомерной деятельностью организации по налаживанию отношений со своей общественностью. Такие отношения имеют в своем основании обеспечение равноправного информационного взаимодействия и взаимопонимания между организацией и общественностью. Для формирования таких отношений PR использует методы, которые помогают компании успешно функционировать на рынке.

Интернет как один из источников эффективного взаимодействия PR с её общественностью обеспечивает такие возможности как: быстрая скорость передачи информации; доступностью этой информации широкой массе; представленностью в этой массе практически всех слоев населения; возможностью получения обратной связи; глобальный характер

данной сферы; неограниченность электронного пространства; невысокая стоимость использования данной сферы.

Все эти особенности Интернет пространства создают в свою очередь особенности деятельности и методов PR в нем. Во-первых, компания может вести одновременно коммуникацию в двух направлениях: опосредованно через СМИ и напрямую со своими клиентами. Во-вторых, компания имеет возможность сократить и время, и другие расходы на проведение пиар-компаний посредством упрощения стратегий деятельности. В-третьих, компания может избежать опосредованных отношений с общественностью через СМИ и сама создавать свое поле для информации. В-четвертых, использование Интернета позволяет компании осуществлять быстрый поиск лучших путей взаимодействия. В-пятых, из-за того, что Интернет среда это – среда информационная, деятельность Public Relation направлена на формирование качественной информации, а не на поднятие уровня продаж.

Методы PR в Интернете можно разделить на такие основные категории: **отношения со средствами массовой информации; отношения со служащими; отношения с внешней общественностью (клиентами, государственными органами, другими организациями).**

Среди наиболее распространенных **методов взаимодействия PR со СМИ в Интернете** мы выделим основной – публикацию новостей и информационных материалов компании в интернет-СМИ.

Публикация новостей и информационных материалов компании в интернет-СМИ. Под новостями компании понимаются сообщения о значимых событиях в ее жизни и деятельности: день рождения компании, вывод на рынок новой продукции или услуги, проведение рекламной акции и т. п. Существует три основных метода передачи информации Интернет-изданиям. Это интервью, пресс-релизы и пресс-конференции. Интервью. Интервью публикуется на страницах Интернет-издания, но может публиковаться и на других страницах в Интернете. Пресс-релизы – наиболее распространенный метод передачи информации. Пресс-конференция – организуется на форумах или чатах. При использовании чата конференция проходит в режиме online. В качестве примера можно взять службу «Веб-конференция» по PR-тематике на портале Sovetnik.ru. Эта служба позволяет не только вести прямую трансляцию, но и задавать вопросы их участникам.

Существуют различные способы улучшения взаимоотношений с сотрудниками с помощью веб-сайтов. Один из способов заключается в вовлечении сотрудников в процесс разработки сайтов. Также для налаживания взаимоотношений компания может использовать онлайн-информационные бюллетени. Внутренние бюллетени могут информировать сотрудников об изменениях и событиях, которые могут представлять для них интерес. Значительное преимущество внутреннего бюллетеня, заключается в том, что он может быть интерактивным, а зна-

чит, задействовать сотрудников. Следующим методом отношений компании являются корпоративные сети, или интранет. Корпоративные сети представляют собой внутренний Интернет, отвечающий всем требованиям и целям. Они используют такую же технологию, как Интернет, но работают в пределах частной локальной сети.

Что касается **отношений с внешней общественностью в сети Интернет**, то спектр используемых методов также достаточно велик. Это работа с аудиторией в форумах, дискуссионных листах, чатах, блогах, сообществах; подготовка аналитических материалов по темам, близким к сфере деятельности, публикация этих материалов на специализированных сайтах; проведение презентаций; учреждение наград, проведение конкурсов; использование собственного веб-сайта.

Работая в Интернете организация также может использовать такой метод взаимодействия с общественностью, как подготовка аналитических материалов для специализированных сайтов. В Интернете существует много специализированных сайтов, посвященных различным вопросам Интернет-бизнеса. Помимо новостей они публикуют и аналитические материалы по своим направлениям. Следующими методами налаживания взаимоотношений PR с внешней общественностью в Интернете является проведение презентаций и учреждение наград в Интернете. Особенность проведения презентации заключается в демонстрации новой продукции или услуги, представлении новой концепции или стратегии компании. Компания может организовать online-презентацию непосредственно на сайте. В этом случае демонстрируются специальные презентационные материалы, и открывается форум, где посетители могут задавать вопросы и получить ответы.

Учреждая награду компания привлекает внимание к себе, своим товарам и услугам. Проведение конкурсов помогает компании привлечь на свой сайт новых пользователей, мотивировать их к повторным посещениям, получению подробной информации о товарах и услугах.

Public Relations также использует в своей деятельности такой универсальный метод, как **электронная почта**. Данный метод не был учтен при описании методов выделенных категорий, т.к. входит сразу во все категории методов.