



Классификация PR-деятельности в России

(редакция 2013 г., в соответствии с исследованием «Профессиональные услуги и специализация агентств — членов АКООС»)

Категории

Краткое описание

PR-сопровождение маркетинга B2C/ B2B (Marketing communications)

PR B2C: PR-кампании, направленные на формирование брендов и коммуникации потребительских свойств товаров и услуг B2C (целевая аудитория потребителей — физические лица), в том числе и отношения со СМИ. B2B: PR-кампании, направленные на формирование брендов и коммуникацию свойств товаров и услуг B2B (целевая аудитория потребителей — юридические лица), в том числе и отношения со СМИ.

Корпоративные коммуникации (Corporate communications)

Корпоративные коммуникации: кампании, направленные на формирование положительного имиджа компании в бизнес-среде, в том числе отношения со СМИ, корпоративная социальная ответственность, корпоративные благотворительные программы.

Финансовые коммуникации и связи с инвесторами (Financial communications&IR)

Финансовые коммуникации: налаживание и поддержание эффективных информационных контактов со группами, заинтересованными в финансовом положении и производственных показателях компании. Включают раскрытие финансовой информации (в первую очередь для публичных компаний), отношения с инвесторами, кредиторами и аналитиками, коммуникации при IPO, слияниях и поглощениях.

Внешние связи и GR (Public affairs and government relations)

Внешние связи: налаживание и поддержание доброжелательных отношений с ключевыми аудиториями и лидерами общественного мнения, государственными органами, неправительственными организациями и органами местного самоуправления, в том числе связи со СМИ, пропаганда, лоббизм, консультирование руководства по вопросам общественной значимости, положения и образа фирмы.

Кризисные коммуникации (Crisis communications)

Кризисные коммуникации: коммуникации, направленные на овладение сложной ситуацией, устранение рисков и неопределенностей, позволяющие контролировать нежелательные для компании процессы. Включают предсказание и профилактику кризиса, мониторинг и анализ факторов, влияющих на процессы компании выявление из них потенциально опасных для прибыли, имиджа, конкурентоспособности компании, разработку антикризисных мер.



АССОЦИАЦИЯ
КОМПАНИЙ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

АКОС

**Внутренние коммуникации
(Internal and employee
communications)***

Внутренние коммуникации: построение коммуникаций между руководителями и подчиненными и между различными подразделениями компании. Включает разработку содержательных платформ внутренних коммуникаций и инструментов их реализации налаженную систему обратной связи, создание внутрикорпоративных изданий, интранет-порталов и т.п.

**Digital коммуникации (Digital
communications)**

Кампании в сети Интернет, направленные на повышение лояльности и информированности целевой аудитории о бренде, его товарах и услугах.

**Коммуникационные исследования и
аналитика
(Communication research and analysis)**

Кабинетные исследования, опросы и анализ проводимые коммуникационными консультантами с целью повышения качества коммуникационных программ и усилий

**Политические
коммуникации (Political
communications)**

Консалтинговое и PR-сопровождение политической деятельности политических лидеров и организаций, в т.ч. при подготовке и проведении избирательных кампаний и референдумов

**Брендинг и продвижение территорий
(Territory Branding)**

Стратегический PR и консалтинг в сфере политического, социального, туристического, инвестиционного и коммерческого продвижения территорий различного уровня – городов, регионов, государств

Кросс-отраслевые и другие

Услуги коммуникационных агентств, не включенные в другие категории