

Як відомо, комплексні PR-програми включають в себе цілий ряд піар-інструментів, так само просування в сфері Public Relations має досить широкий спектр піар-послуг, що надаються PR-агентствами. Фахівці Publicity Creating, виходячи зі свого досвіду реалізації середньострокових і довгострокових програм, проаналізували, як змінилась структура PR в Україні за останні 20 років: які PR-інструменти сьогодні використовуються більше, а які менше, в порівнянні з початком 2000-х років.

На початку 2000-х в структурі PR піар-матеріали в ЗМІ займали 45 – 50% (левова частка це публікацій – в друкованій пресі), прес-заходи – 25-30%, і корпоративні PR-заходи – 15 – 20%. Розробку і стратегічний консалтинг складали 3-5%.

Сьогодні структура PR-інструментів, істотно змінилася. Близько 35% складають піар-матеріали в ЗМІ (з них понад 90% – онлайн-ЗМІ), прес-заходи – до 15%, digital PR – близько 17%, розробка стратегічних продуктів – до 20%, корпоративні заходи – близько 13% .

«Зміни у списку затребуваних PR-інструментів спричинили за собою аналогічні зміни в структурі послуг, які надають клієнтам PR-агентства. Кількісно,   найбільше зростання показали стратегічні комунікації та digital PR, але з урахуванням того, що на даний момент в digital PR обмежується тільки створенням контенту, можна зробити висновок, що якісно за останні два десятиліття максимально виріс тільки стратегічний PR. Цей інструмент сьогодні дійсно затребуваний, особливо в секторі B2B», – зазначив Валерій Курейко, Директор Publicity Creating.

Нагадаємо, що за прогнозами Publicity Creating, зростання ринку комерційних PR в поточному році буде на рівні 7-12%, а його обсяг може скласти від 406 до 425 млн. грн. При цьому, найбільш динамічно розвиватиметься сегмент B2B (10-12% приросту в рік).

Довідка: Publicity Creating успішно працює на українському ринку 22 роки, спеціалізація компанії – стратегічні комунікації й PR. Серед клієнтів Publicity Creating – українські виробники і зарубіжні представництва, інжинірингові компанії та мережі магазинів, оператори ринку B2C і B2B, локальні і міжнародні бренди, для яких було реалізовано понад 1800 проектів.