

*Данный пример процедуры подготовки коммуникации – это скорее предложение, чем фиксированная форма. Поэтому, буду рад любым [комментариям, замечаниям и предложениям](#).*

**1. Обоснование:**

- анализ актуального состояния медиаполя и информационного поля (медиаанализ и анализ рынка);
- аудит Компании (SWOT-анализ, коммуникационный аудит, репутационный аудит).

**2. Стратегия:**

- формирование целей и задач коммуникации;
- определение основных коммуникационных каналов и сопутствующих решений;
- выявление критериев и параметров оценки эффективности коммуникации;
- прогноз и подготовка завершения коммуникационного действия.

**3. Контент:**

- определение лейтмотива коммуникации (слоган, имидж, etc);
- разработка ключевых сообщений;
- описание объектов и субъектов коммуникации (целевые аудитории и группы, «лидеры мнений», спикеры, etc);
- определение «открытой» и «закрытой» информации;
- обработка основных тем и способов контроля над информацией.

**4. Инструменты и каналы:**

- выбор форм коммуникации;
- определение активностей в рамках основных каналов коммуникации (новостийно-событийный, аналитической-обзорный, имиджевый);
- подготовка основных ресурсов коммуникации.

**5. Оценка эффективности:**

- установление временных рамок;
- описание системы отчетности;
- определение этапов коррекции коммуникации.

**[Алексей Харченко](#),**

*эксперт по коммерческим и политическим коммуникациям*