

Наведений зразок процедури підготовки комунікації – це швидше пропозиція, ніж готова форма. Відтак, буду радий будь-яким коментарям, зауваженням та пропозиціям.

1. Обґрунтування:

- аналіз актуального становище медіа-поля та інформаційного поля (медіа-аналіз та аналіз ринку);
- аудит Компанії (SWOT-аналіз, комунікаційний аудит, репутаційний аудит).

2. Стратегія:

- формування цілей та задач комунікації;
- визначення основних комунікаційних каналів та супутніх рішень;
- з'ясування критеріїв та параметрів оцінки ефективності.
- підготовка ситуації завершення комунікаційної дії.

3. Контент:

- визначення лейтмотиву комунікації (слоган та імідж);
- розроблення ключових меседжів;
- опис об'єктів та суб'єктів комунікації (цільові аудиторії та групи, «лідери думок», спікери, тощо);
- визначення відкритої та закритої інформації;
- опрацювання основних тем та засобів контролю за інформацією.

4. Інструменти та канали:

- вибір форм комунікаційної дії;
- визначення активностей у межах основних каналів комунікації (новинно-подієвий, аналітично-оглядний, іміджевий);
- підготовка основних ресурсів комунікації.

5. Оцінка ефективності:

- встановлення часових меж;
- опис системи звітності;
- з'ясування етапів корекції комунікації;

Олексій Харченко,

експерт із комерційних та політичних комунікацій