

# Что нужно обществу знать о КСО и как понятно рассказать об этом

Мастер-класс

# Про меня

Выпускница журфака МГУ. лауреат премии Союза журналистов Москвы.

**7 лет в рекламе и маркетинге — опыт в российских независимых агентствах.** Дополнительное образование в Высшей школе экономики, курсы в ИКРА, MADS.

Авторские материалы в СМИ: “Афиша Daily”, Furfur, “Московский Комсомолец”, РБК Daily, AdIndex, Sostav.ru.

**Я PR-специалист, мой профиль — социально значимые проекты.**

## Мои сильные стороны:

1. я знаю, как работает редакция;
2. я лично знакома со многими журналистами;
3. я хорошо и быстро пишу тексты разных жанров;
4. у меня высокая насмотренность фестивальными кейсами.

[facebook.com/zonkhoeva](https://facebook.com/zonkhoeva)



## Люда Зонхоева

PR социально значимых и экологических проектов

+ Дополнить историю

✎ Редактировать профиль

📄 PR and Communications Manager в Self employed

📄 Работала Public Relations Officer в компании "RedMe"

# Задачи этого мастер-класса

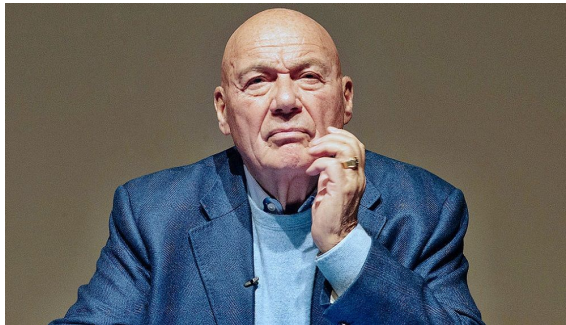
Задачи:

1. Как интересно рассказать о КСО-проекте в СМИ как для журналистов, так и для читателей.
2. Как повысить эффективность взаимодействия со СМИ.

Вопросы, которые обсудим:

- Всегда ли необходим пресс-релиз?
- Какие еще форматы взаимодействия со СМИ существуют и какие из них максимально подойдут для вашего проекта?
- Что такое матрица коммуникационных заходов и как с ней работать?
- Как применять сторителлинг при продвижении корпоративной социальной ответственности?

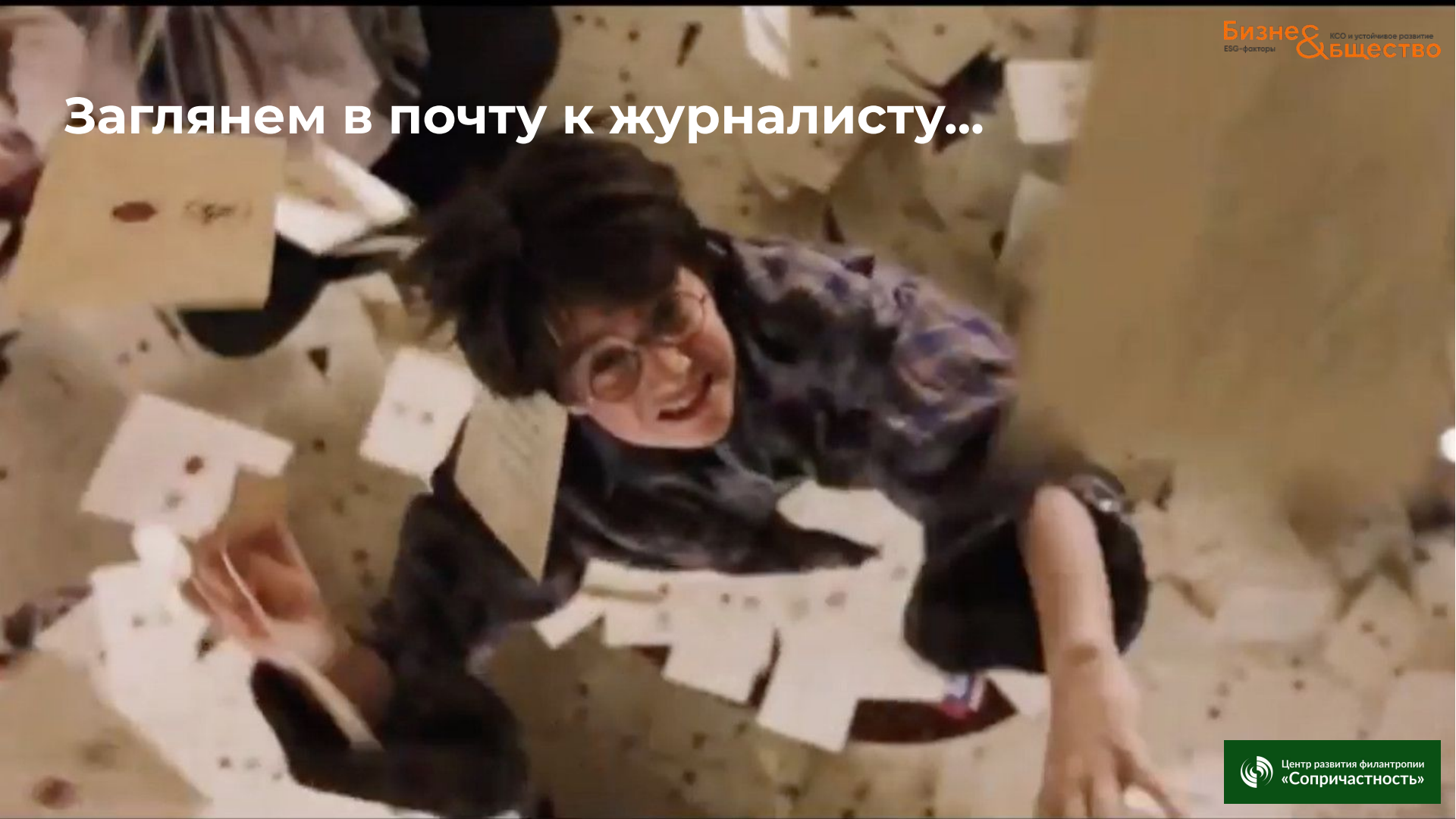
# Какие они, журналисты?



# Что нужно понимать про СМИ?

- Редакции работают в цейтноте. У них не всегда хватает времени вам ответить.
- Будьте грамотными. Среди журналистов много граммар-наци.
- Проанализируйте СМИ, в которое вы пишете. Посмотрите их последние новости по вашей теме.
- У журналиста есть редактор, у редактора есть главред..
- Если у редакции есть гайды, им нужно соответствовать.
- Журналисты тоже люди: у них есть свои драмы.
- Если кто-то вам говорит: “Это же суперинфоповод” — лучше перепроверь это с редактором.
- Ваша компания может и не быть в центре внимания. В центре внимания должны быть люди.
- Вся суть вашей новости должна влезать в одно предложение..
- Чем проще написано, тем выше вероятность, что ваш пресс-релиз разместят, а на письмо ответят.
- Журналисты не обязаны показывать текст перед публикацией и тем более согласовывать его.

# Заглянем в почту к журналисту...





# Чек-лист перед рассылкой пресс-релиза

**Перед тем, как начать работы по анонсированию в СМИ, пройдите, пожалуйста, по вопросам:**

1. Что мы анонсируем?
2. Какова цель анонсирования?
3. Какова наша целевая аудитория?
4. Какие типы СМИ нам нужны?
5. Какая информация нам нужна?
6. Какие ресурсы?
7. Кто может помочь в анонсировании?

# Если не пресс-релизы, то что?

## Некоммерческие виды взаимодействия с редакцией:

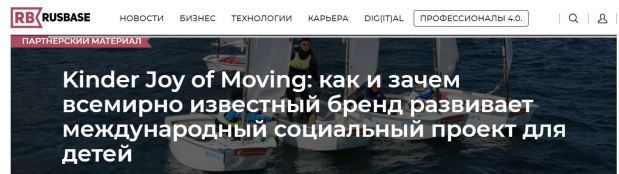
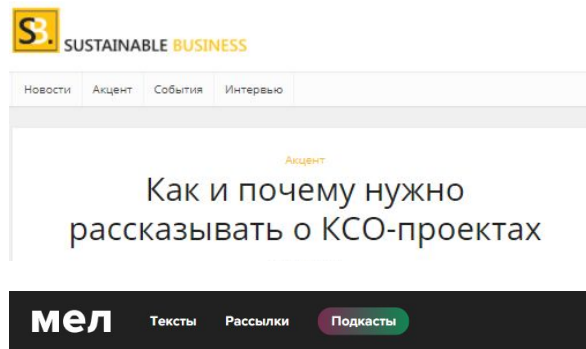
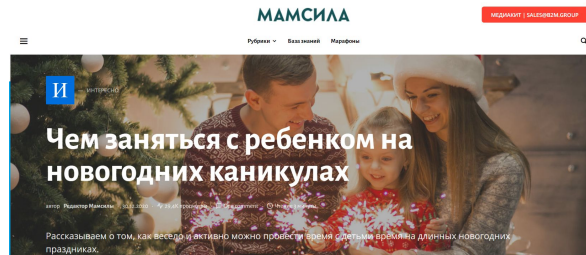
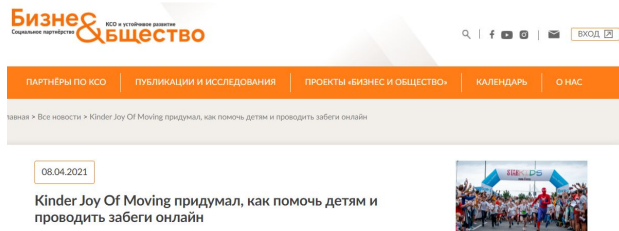
1. Информационное партнерство
2. Редакционные материалы
3. Онлайн и офлайн мероприятия
4. Бартер
5. Информация на эксклюзиве/под эмбарго
6. Комментарийная активность
7. Выходы в соцсетях СМИ

## Коммерческие виды взаимодействия с редакцией:

1. Спецпроекты (тесты-игры-карточки и проч.)
2. Нативные статьи
3. PR-бонусы
4. Корпоративные блоги
5. Спонсорство рубрик и мероприятий



# Пример: Kinder Joy of Moving



Бренд впервые решил рассказывать о своем КСО-проекте и адаптации в России. Как главный тип взаимодействия со СМИ мы использовали редакционные материалы.

Примеры публикаций:

1. [Rusbase](#)
2. [“Бизнес и общество”](#)
3. [Sustainable Business](#)
4. [Афиша Daily](#)
5. [МЕЛ](#)
6. [Мамсила](#)

# Пример: #ЗаПравоНаСчастье

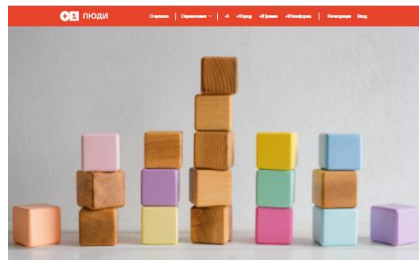


ДЦП Помощь Дети

17.06.2021

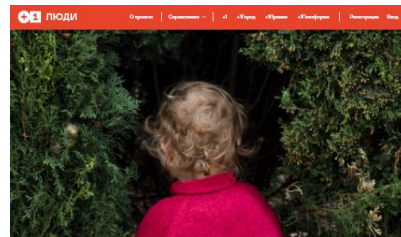
Текст: Ярослава Васильева

**«Мой сын родился практически мертвым»: как любовь родителей вернула ребенка к жизни**



**«Разглядывая небо, мама видит облака, а Василиса — Чебурашку»: как особенные дети меняют мировоззрение своих родителей**

Аутизм — самое распространенное нарушение развития. Расстройство аутистического спектра встречается у одного из каждых 54 детей. Но Наталья Краснова не использует слово «расстройство» и «нарушение». Доку Василису она называет особенной и учится видеть мир под другим углом. Подход к Василисе и направить ее на путь развития помог проект #ЗаПравоНаСчастье. Брендан Детского «Агуша» и фонда «Объединяем сердца».



**«Что для родителей обычных детей норма, для меня — счастье»: история мамы особенного ребенка**

Аутизм — самое распространенное нарушение развития. Расстройство аутистического спектра встречается у одного из каждых 54 детей. Но Екатерина Сабодаш, как и большинство мам, не была готова к этому диагнозу своего ребенка. Научиться понимать его помог проект #ЗаПравоНаСчастье. Брендан Детского питания «Агуша» и фонда «Объединяем сердца».

**НОМО PARENS**

Родительский подкаст о детях и о нас самих.

Podcasts

СУБВОТА  
72. "2 апреля закончилось, а аутизм нет".  
#ЗаПравоНаСчастье. Татьяна Морозова и Святослав...  
Homo Prens

▶ Воспроизвести    Еще 71

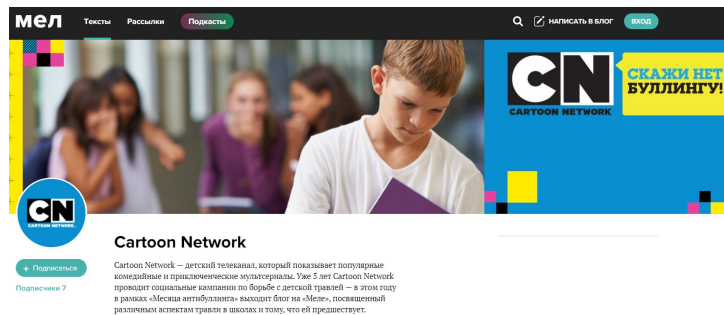
Новые использованные инструменты для продвижения кампании:

Информационное партнерство с «Плюс Один»:

1. [«Бизнес и общество»](#)
2. [Sustainable Business](#)
3. [Афиша Daily](#)

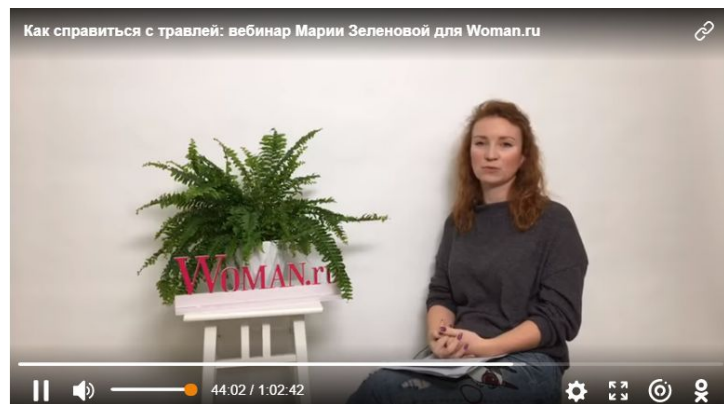
Новые медиа — [спецвыпуск](#) подкаста Homo Prens

# Пример: “Месяц антибуллинга”



Cartoon Network решил обратить внимание родителей на проблему буллинга в школах. Инструменты, которые использовали для этого:

- Информационное сотрудничество с НКО;
- Бартерный блог на МЕЛе;
- Вебинар эксперта на Woman.ru



# Матрица коммуникационных заходов

**Матрица коммуникационных заходов** — это инструмент, благодаря которому можно легко и просто проверить, подходит ли тема редакционного материала/спецпроект под ваши цели и задачи.

## Что нужно, для того, чтобы собрать матрицу?

1. Определить задачи коммуникации
2. Определить ЦА и/или тип СМИ
3. Наметить заходы
4. Под каждый из заходов прописать по 3-5 тем под конкретное СМИ

# Пример: “Делись улыбками вместе с Lay’s”

Тип СМИ	Заход	Тема
Маркетинговое	Социально ориентированный маркетинг	О том, что это такое и о примерах социально ориентированных кампаний PepsiCo в России и в мире
Для женщин	Истории лучших друзей	Расскажем про инклюзивную дружбу: как пар Ж+Ж, так и пар М+Ж.
Социальное	О фонде “Лучшие друзья”	<ol style="list-style-type: none"> <li>Интервью с директором фонда о текущей деятельности фонда с подробным рассказом о кампании с Lay’s</li> <li>Интервью с координатором программы дружбы</li> </ol>
Федеральное	Российские инклюзивные мероприятия	Подборка больших инклюзивных мероприятий, в т.ч. инклюзивный лагерь “Лучших друзей” и серия их мероприятий в регионах
Entertainment	Волонтерство	Куда пойти поволонтерить в Москве? В т.ч. об акции Lay’s и фонда “Лучшие друзья”

# Токсичен ли PR?

21:27, 11 мая 2017

## Бондарчука обвинили в обвале цен на недвижимость в Чертаново

Происшествия 05 августа 2016, 15:52

## Burger King решил подать в суд на Шнурова за матерное стихотворение

Роспатент зарегистрировал заявку итальянской винодельни на бренд Dimon

16:21, 15 мая 2017 - Источник: [Роспатент](#)

## Компании «ВкусВилл» начали угрожать после ЛГБТ-рекламы

Chanel просит журналистов не сравнивать другие бренды с модным домом

ШАПИТО

## В московском метро появилась станция «Влюблино ❤️». Но только на один день

13:26, 14 февраля 2021 - Источник: [Агентство «Москва»](#)

## В торговый центр Хабаровска забрёл амурский тигр: видео

01:49 13.04.2017 в рубрике [Мозаика](#)  lumba

 29017  4  0

Victoria's Secret обдумывает возвращение шоу



# Токсичен ли PR?

21:27, 11 мая 2017

## Бондарчука обвинили в обвале цен на недвижимость в Чертаново

Происшествия 05 августа 2016, 15:52

## Burger King решил подать в суд на Шнурова за матерное стихотворение

Роспатент зарегистрировал винодельни на бренд Бондарчука

16:21, 15 мая 2017 - Источник: Роспатент

## Компании «Видео Интернэшнл» начали угрожать после ЛГБТ-рекламы

Chanel просит журналистов не сравнивать продукты модных брендов с продуктами масс-маркета

В метро появилась станция «Минус один ❤️». Но только на один день

13 мая 2021 - Источник: Агентство «Москва»

## В торговый центр Хабаровска забрёл амурский тигр: видео

01:49 13.04.2017 в рубрике Мозаика tumba

29017 4 0

Victoria's Secret обдумывает возвращение шоу

НЕУСТОЙЧИВО



# Как применять сторителлинг в продвижении КСО-проектов

В центре продвижения КСО-проекта всегда должно быть дело, а затем уже слово.

**В новой кампании adidas Originals Юрий Дудь и Андрей Бахметьев вместе перерабатывают пластик**

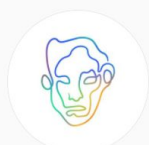
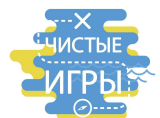
**#ПокажитеНас: Dove запустил фотопроjekt в поддержку настоящей красоты**

В центре — технология, которая позволила Adidas запустить линейку Stan Smith из переработанного материала.

В центре — платформа реальных, не отретушированных портретов женщин, созданная брендом совместно с фотостоком.

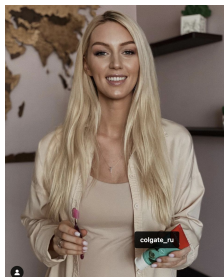
# ПРИМЕР: “БЕРЕЖНОЕ ОТНОШЕНИЕ К МИРУ ВМЕСТЕ С COLGATE”

СОБИРАТОР



Задача — рассказать о кампании широкой аудитории и минимизировать риски.

1. В центре — партнерство с СобираТОром
2. Потом поддержка лидеров мнений — экоактивистов, экопредпринимателей и экоинициатив
3. А блогеры (в т.ч. эко) рассказали про наш проект.



**Mio\_alya**  
 Мисс Эко  
 Знаете, мы с маленькой девочкой хотим жить в чистом Мире. Д. Рэндалл, улетая на Баги и Види, как в местных аэропортах просят: не оставлять с собой пластик и бумагу, а не их оставлять, а думая «Мороч», транжира и т.д., а сейчас понимаем, что это необходимость! Стараемся от пластиковых пакетов в магазине, даю есть что-то. Миссия, но все же. Очень важно говорить, чтобы кто-то задумался и сделал! Рэндалл мне задумал: такие люди, как Булла, Голман (Бобби), которые делают промышленный дизайн и изготавливают дизайнерские вещи из переработанного пластика.

нравится colgate\_ru и еще 21 160



**Iulia\_neshitka**  
 Мир меняется и мы вместе с ним!  
 Использование многоразовых сумок, отказ от трубочек, сдача Colgate или косметики на переработку входят в обычные привычки общества.  
 Мы 15 года сотрудничаем с экологичными брендами, как это произошло от обычного отказа от пластика до покупки на воде в супермаркете. Мне приятно, что кто-то уже adoption мой пример! Еду только эко. А дети с такой радостью едят свои экологичные продукты и покупают потом там ручки, значки или сумки на эко.

нравится colgate\_ru и еще 3 542

# ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Краткие тезисы о том, как рассказывать о КСО:

1. Не ограничиваться СМИ.
2. В плане взаимодействия со СМИ — не ограничиваться рассылкой пресс-релиза, возможно win-win взаимодействие со СМИ.
3. При разработке PR-стратегии не забывать о профильных СМИ и узкоспециализированных блогах. Это будет полезно и с точки зрения антикризисного плана.
4. Соблюдать устойчивость и в распространении инфоповодов — не плодить публикации ради публикаций.

# Спасибо за внимание!

Telegram: @zonkhoeva