

## 11 дәріс. Ішкі және сыртқы топтармен жұмыс

### Жеке PR-жоспар

Жеке PR-жоспар маркетингтік жоспардың бөлігі болып табылады. PR-жоспарға мынадай бөлімдер кіреді:

1. Мақсаттар (жоспарланған кезеңдегі алға қойылған мақсаттар);
2. Стратегия (алға қойылған мақсатқа қалай жетуге болады?);
3. Тактика (PR-дың тиімділігін бағалауға кететін бюджет т.б.).

Жеке PR-жоспарды компанияның басшылығымен бірге отырып талдап, оның пікірін, көзқарасын білу қажет. Басшылықты жетістіктер мен проблемалардан уақтылы хабардар етіп отыру керек.

PR-бюджет маркетингке бөлінетін бюджеттің бөлігі болған жағдайда, PR-қызметтің компаниядағы ең маңызды бағыт екендігін, белгілі бір PR-шараны өткізудің аса қажеттігін дәлелдеуге тура келеді. Бұл жерде PR-маманының осыған дейін қалай жұмыс істегендігі, қалай инвестиция тартып, есеп бергендігі, қандай қателіктер жіберіп, қандай нәтижеге жеткендігі, маркетинг бөлімінің қызметкерлерімен өзара қарым-қатынасы ескеріледі. Жеке PR-бюджет екі бөліктен тұрады:

1. PR-маманның жеке өзіне кететін шығындар (жалақы, офис, телекоммуникациялар, іссапарлар т.б.);
2. PR-шараға кететін шығындар (бағдарламалар, агенттікке ақы төлеу т.б.).

PR-бюджетті көпшілікке жеткізе білудің өзі өнер. Ондағы қолданылатын аудио және бейнематериалдар, БАҚ бетіндегі жарияланымдардың көшірмесі, істелген жұмыстар жөніндегі мәліметтер, үлестірмелі материалдар оның мағынасын аша түсері анық. Компаниядағы PR-қызметке неғұрлым қаржы көп бөлінсе, өткілетін PR-шаралар да тиімді, компанияның қызметі де тиімді болады.

Егер PR-ға мүлдем қаржы бөлінбесе ше? Жақсы PR-менеджер мұндай жағдайда да компанияға пайда әкеле алады. Алайда бұл бұрыннан коммуникация орнатылған жағдайда ғана мүмкін болады. Себебі, қаржы жоқ жерде PR-қызмет те шектеулі, PR-менеджер де жұмысқа ынталы болмайды. Мұндай жағдайда PR-маманы пресс-релиздер таратып, арнаулы басылымдарға компанияның жетістіктері жайлы мақала жазады, басшылардың түрлі шараларда жасайтын баяндамаларының мәтінін дайындайды.