

Содержание

Предисловие	5
PR придумали женщины!	10
Сказка о том, как отключают мозги человеческие, или 5 основных отличий PR от пропаганды	17
11 цветов радуги PR-технологий.....	25
Отведу сглаз и порчу, или Как снять проклятие черного PR.....	33
Репутационная ромашка: любит – не любит	42
10 правил PRивлечения внимания нужных людей ..	48
7 несущих PR-колонн для построения персонального бренда.....	55
Товар лицом, или 8 правил подготовки к проведению презентации	63
5 самых важных важностей и много неотвеченных «как» в деле отвлечения аудитории от смартфонов ...	70

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

5 правил управления коммуникациями с целевой аудиторией	76
Связно связующие связи, или 10 правил нетворкинга	81
Желаю с вами говорить....	88
Важность комплимента в жизни девочек (и мальчиков)	97
8 самых распространенных ошибок в общении...	104
Продвинь себя виртуально: глубже, дальше, мощнее! или Как быть богиней в Интернете	111
Тренд: будь кратким, будь понятным	121
Есть ли жизнь не в Интернете	129
Рефрейминг как инструмент достижения желаемого	137
Я вам пишу – чего же боле©, или 10 основных секретов копирайтинга	144
Тысяча и одна ночь как секрет сторителлинга	151
Имидж – не все, но очень многое	158
Послесловие	164

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

ПРЕДИСЛОВИЕ

Как лидер в области маркетинговых услуг в Украине, Виктория Есауленко всегда радушно делится с коллегами по профессии секретами коммуникаций — как профессиональных и деловых, так и персональных. При этом Виктория активно продвигает мысль о том, что коммуникации, несмотря ни на что, происходят прежде всего между людьми как личностями, даже если люди выступают в ипостаси представителей крупных корпораций, небольших фирм или государственных учреждений.

Так получилось, что я прочитал книгу Виктории «Женские секреты в PR-технологиях». На самом деле, сначала я колебался и не знал, стоит ли мне узнавать о женских секретах, но я пошел на мастер-класс к Виктории и там прочитал аннотацию к книге. И аннотация, и сам мастер-класс вдохновили меня на чтение. Прочитав книгу, могу сказать, что в ней Виктория сделала удачную попытку донести свои профессиональные знания широкой аудитории понятным языком, чтобы люди смогли использовать их для построения карьеры, достижения профессиональных целей, личного счастья

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

и просто получения радости от коммуникаций в широком смысле. Эта попытка чрезвычайно ценна, ведь автор не просто делится своими наработками с уже работающими на рынке и более или менее успешными маркетологами и коммуникативщиками, он представляет сложные знания в простой форме и делает их доступными для максимально возможного числа читателей.

Конечно, как профессиональный коммуникативщик, Виктория Есауленко не могла не выбрать интригующей линии рассказа и не добавить «перчинки» к своим текстам. Ну кому же не интересно узнать о женских секретах? Да еще и в PR-технологиях. Таким образом, тексты Виктории, отличающиеся глубиной, стали не только более интересными и интригующими, но и провокативными.

Первое издание вышло в 2017 году в издательстве «Саммит-книга» небольшим тиражом (500 экземпляров), который был реализован чуть больше, чем за полгода. Именно на мастер-классе я приобрел эту книгу, и Виктория охотно согласилась сделать на моем экземпляре авторский надпись с хорошими пожеланиями. Второй тираж книги уже обновлен, и туда включены новые материалы и наработки Виктории. Получается, что книга развивалась, как и автор.

Книгу рекомендую прочитать всем, кто хочет сознательно общаться с миром и желает при этом взглянуть на процесс с помощью опытного профессионала. Хотя Виктория обращается к женской аудитории, даже она считает, что от полученных из книги знаний выигрывают все читатели незави-

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

симо от пола. Мужчинам может быть трудно читать эту книгу через фразы вроде «между нами девочками» или «для нас девчонок». Впрочем, выгоды от полученных знаний значительно превышают неудобства от пребывания на не своей гендерной территории. Для меня лично интересным было то, как автор доказывает действенность простых правил коммуникации, которыми не может пренебрегать ни один из нас. Ведь только коммуницируя, мы можем достигать своих целей в человеческом обществе и идти за мечтой.

Виктория создала книгу на основе своих колонок на самых популярных порталах (Forbs Women Ukraine, «Новое время» и другие). Таким образом, стиль написания является публицистическим или даже разговорным. При этом многие темы, которые поднимает Виктория, являются общественно важными. Например, четко проведенная линия разграничения между PR и пропагандой. Кроме того, автор оказывает моральную оценку двум видам коммуникационной деятельности, где первая занимается информированием и убеждением целевых аудиторий, а вторая — зомбированием населения через запугивание и манипуляции.

Первая часть книги посвящена «вступлению в тематику», а вторая и третья части — профессиональным и личным коммуникациям.

Итак, в первых главах-разделах вы узнаете о богатстве методов связей с общественностью (PR) и видов такой деятельности, фундаментальную роль репутации в условиях рынка и тому подобное. Далее автор проведет вас по лабиринтам профессиональ-

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

ных коммуникаций и объяснит правила и необходимость нетворкинга, поддержания и развития связей с клиентами и даст еще много-много приемов и принципов в коммуникациях. В конце книги Виктория уделяет больше внимания межличностной коммуникации как онлайн, так и в реальной жизни. Все советы и секреты Виктории применяются в равной степени как в профессиональной, так и в личной жизни.

Пример: Шахерезада, рассказывая 1001 ночь свои истории, спасла свою жизнь, нашла себе партию и сделала карьеру. Кстати, используя рассказы Шахерезады, автор подробно анализирует секреты качественного сторителлинга.

Читая эту книгу, старайтесь радоваться встрече с живым языком, высоким уровнем интеллекта и провокативности, а также искренними мыслями и высокой самооценкой автора. Завершу этот обзор цитатой, которая хорошо иллюстрирует стиль книги: «Все, что сказано выше, должно применяться только к интересным, актуальным и грамотным текстам с захватывающими историями и сюжетами — как моя книга».

Вячеслав Гнатюк, Kyiv Post

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

МУЖЧИНЫ ОЧЕНЬ ПОЛЕЗНЫ И ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ В ЦЕЛОМ, И ДЛЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ЖЕНЩИНЫ В ЧАСТНОСТИ. ХОЧЕТСЯ ТОЛЬКО ПОЧЕРКНУТЬ, ЧТО ЖЕНЩИНЫ ТОЖЕ НЕ ТОЛЬКО ПОЛЕЗНЫ, НО И ИЗОБРЕТАТЕЛЬНЫ. НАПРИМЕР, Я УВЕРЕНА, ИМЕННО МЫ ИЗОБРЕЛИ PR И ЕГО ТЕХНОЛОГИИ, А МУЖЧИНЫ БЕЗЗАСТЕНЧИВО АВТОРСТВО У НАС ЗАХВАТИЛИ И ПРИСВОИЛИ СЕБЕ! РАЗВЕ МУЖЧИНАМ СВОЙСТВЕННЫ ТАКИЕ СЛОЖНЫЕ ПОДХОДЫ И ТАКИЕ ОЧЕНЬ ЧАСТО НЕОДНОЗНАЧНЫЕ СЦЕНАРИИ И МНОГОЗАДАЧНЫЕ БАЗИСЫ? ВСЕ, ЧТО ИЗ СЕБЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ PR, САМА ИДЕЯ — ЭТО НЕ ЧТО ИНОЕ, КАК ЖЕНСКАЯ СУЩНОСТЬ! СЕЙЧАС Я ВАМ ЭТО ДОКАЖУ!

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



PR ПРИДУМАЛИ ЖЕНЩИНЫ!

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Профессиональные PR-специалисты знают, что Эдвард Бернейс (племянник Зигмунда Фрейда и первый, кто начал практиковать PR-деятельность в мире) считается не просто основателем, а настоящим отцом и родоначальником public relations. Бернейс первым ввел в общественный обиход понятие «public relations» и, собственно, был первым, кто провел успешнейшую PR-кампанию в мире. Это была кампания по продвижению гастролей балета Сергея Дягилева в США. Так вот.

Я считаю, что это не совсем та правда, которая истина, и что на самом деле PR «придумала» его жена — Дорис Флейшмен, тоже маркетолог (насколько уместно употреблять этот термин по отношению к ее деятельности в то время), работавшая в агентстве Эварда. Просто в начале XX века продвигнуть настолько прогрессивную идею для женщины было невозможно и нереально. Судите сами, даже по кампании для русского балета. Кому мог быть интересен балет в пуританской Америке? Разве что образованным дамам! В то время все мужчины считали балет чем-то ну очень непорядочным и грязным, вплоть до того, что танцоры балета для об-

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

щества были извращенцами, достойными полного маскулинного презрения.

Балерины тоже воспринимались как женщины легкого поведения, в частности из-за длины своей одежды. Бернейс был первым, кто предложил обработать фотографии балерин для журнала «Ladies Home Journal», удлинняя их юбки. Скажите, разве это мог придумать мужчина?

Признайте, что балет — это красиво. Красота — это то, что есть женщина. Понимаете? После рекламной кампании Бернейса гастроли прошли с аншлагом и сразу был заключен контракт на тур следующего года. Более того, балет стал уважаемым видом искусства в США, появились балетные школы, и быть парнем-балетмейстером стало не стыдно.

Это было начало. Дальше — три основные функции PR.

1. *Формирование мнения общественности (или стейкхолдеров)*

Это то, что женщины делают просто так, по ходу жизни, очень женская функция.

Доказательство

Обычная житейская история. Маме не нравится парень ее дочери, ее цель — не допустить свадьбы (знаете, почему зятя так не любят тещ? Потому что те сразу видят их насквозь). Умная, мудрая женщина медленно, уверенно и целенаправленно прокачивает главную целевую аудиторию — дочь, что это ее жизнь и ее выбор, но... Ласково и нежно намекает, что мальчик-то хороший, хоть и профессия не прибыльная и какая-то несовремен-