

... Няма писани правила в PR-а

интервю на Борислав Борисов

Грета Колева

е управляващ директор на Proximity Sofia/ BBDO Group. Тя има над 20 години управленски опит на оперативното и стратегическо ниво в областта на маркетинговите и корпоративни комуникации. Изграждала е комуникационни стратегии за компании и брандове като Samsung, HP, Oracle, Progress, Telus Int., Nokia Siemens, Пощенска банка, Shell, Kamenitza, Mondelez, bTV Media Group, Generali, European Commission DG Employment и много други. Тя е член на журито на EFFIE България и на EURO EFFIE. Гост-лектор в AdForum на Българската асоциация на комуникационните агенции (БАКА), Менторите на НБУ, EFFIE Workshop и други. Заедно с екипа си в Proximity Sofia/ BBDO Group печели множество награди от конкурси като PR Приз, BAPRA Awards и EFFIE България. Нейното професионално призвание е „да превръща всеки клиент на агенцията в успешен и лоялен партньор“.

Една от най-желаните специалности сред кандидат-студентите е „Връзки с обществеността“. Защо има такъв голям интерес според Вас?

Специалността „Връзки с обществеността“ е сравнително нова професия, която звучи модерно, интересно и, честно казано, лесна за изпълнение. Много от хората не си дават сметка колко голяма отговорност поема един специалист по връзки с обществеността и колко високи са очакванията към него от страна на бизнеса, институцията или личността, която представлява.

Това е динамична и жива професия, която дава възможност за срещи с много и разнообразни хора. Работейки като специалист по връзки с обществеността, ти имаш възможност да се подвизаваш и в различни сфери на дейност. Можеш да работиш в политиката, частния сектор или шоу бизнеса.

Като специалист по връзки с обществеността работиш директно с мениджмънта на най-високо ниво на различни организации и институции. Ти си консултант, съветник, до теб се допитват експерти от най-високо ниво. Специалистът по връзки с обществеността е дясната ръка на топ мениджмънта на една организация. Дори президентът на една държава зависи от своя PR. Това звучи повече от сладко, особено за един млад и енергичен човек.

...
Като специалист
по връзки с
обществеността
работиш директно
с мениджмънта на
най-високо ниво
на различни
организации и
институции

Трябва да си
готов да
съчетаващ личния
и професионалния
живот, защото PR-
ът не е просто
професия, това е
и начин на живот



31



Връзки с обществеността е професията, която управлява общественото мнение и нагласи. Специалистът по връзки с обществеността е този, който кара нещата да се случват, той винаги е в центъра на събитията. Сама по себе си професията на PR звучи и много забавно. Поради спецификата на работата, PR специалистът води много динамичен начин на живот – винаги е на събития, общува с влиятелни личности и има достъп до забавни и интересни събития.

Често Връзки с обществеността е подценявана професия и се твърди, че всеки може да практикува тази работа. До колко вярно е това?

Връзки с обществеността е професия, която до много голяма

степен е свързана с личните качества, които притежава един професионалист, но има и много професионални умения, които е необходимо да се развият допълнително, а не всеки успява да ги усъвършенства. Професионалните бизнес умения и личните качества са много силно преплетени.

В тази професия е важно креативното и гъвкаво мислене, широката обща култура, способността за взимане на решения и управление на екип. Професията е много динамична и съчетава в себе си умения не само от бизнеса, управлението на хора, креативно писане, но и доста психология. Специалистите, които я практикуват,



PR-ът е този, който кара нещата да се случват, той винаги е в центъра на събитията

трябва да са отворени към новостите и да се нагаждат към всяка ситуация, да следят новините и световните тенденции. Не са много хората, които успяват да съчетаят всичко това в едно.

Кои са златните правила на PR-а?

Няма писани правила в PR-а, но това са едни основни правила, които смятам, че всеки професионалист е добре да следва:

- Изграждането и поддържане на собствения имидж или това как другите те възприемат – за да градиш имиджа на някой друг – личност или марка, преди всичко ти трябва да се погрижиш за своя собствен такъв.
- Да показваш професионална експертиза – независимо в коя сфера на дейност е клиентът ти, винаги е важно да бъдеш добре подготвен и да показваш задълбочени познания по темите, за които говориш.
- Да познаваш много добре различните комуникационни канали, за да умееш да ги управляваш добре.
- Винаги да си в крак с новостите, да следиш световните тенденции и най-големите събития.
- Да нямаш задръжки и притеснения от директната комуникация с хора, защото това е същността на тази професия – общуването с различни персони.



- Да си готов да съчетаваш личния и професионалния живот, защото PR-ът не е просто професия, това е и начин на живот.
- Да умееш да се усмихваш. Когато общуваш с хора, най-важното е да съумееш да ги предразположиш за диалог. А усмивката винаги е печелившият коз.
- Да си добър разказвач. Да умееш да разказваш увлекателни истории и да го правиш достоверно.
- Да се съобразяваш – едно от основните правила на специалиста по връзки с обществеността е да умеє да се съобразява, да се съобразява с хората, с които общува, и ситуациите, в които попада.



Тази професия, както и 99% от професиите в света, се променят много динамично с навлизането на технологиите

При вас как се получи – работата избра вас или вие избрахте работата?

Двете неща са взаимно свързани. Както вече споменах, PR за мен не е просто професия, това е и начин на живот. Личностите ти характеристики и професионалните умения се сливат в едно и изборът на професия се получава напълно естествено.

Почти винаги във всяка работа се изисква понякога и кризисен PR. С какво той е по-различен?

Тук бих искала да използвам метафора, защото ситуацията много ми напомня за тази като при счупената ваза – когато счупиш една ваза и след това я залепиш, тя никога няма да е същата, но това не означава, че няма да изглежда отново красива. Просто ще бъде по-различна. С кризисните комуникации е така, трябва да намериш най-добрия начин да сглобиш вече счупената ваза, но да го направиш така, че тя отново да изглежда желана и красива. Няма да е същата като преди, но не и на всяка цена по-грозна. Не винаги кризисните комуникации непременно са нещо лошо, понякога дори и негативът може да стане позитив – важен е подходът. И в духа на метафората, която използвах – PR-ът изгражда имиджа на красивата ваза и се старее да го поддържа такъв, но ако тя се счупи, трябва да намери начина, чрез който да изгради новия ѝ имидж, тъй било и като предмет на изкуството.

Смятам, че на всички е ясно, но нека още веднъж един професионалист да каже каква е разликата между PR и рекламата.

Това ми е любим въпрос. Всъщност, и PR-ът, и рекламата изпълняват определени бизнес цели, но в

различен аспект и с различни техники. Докато рекламата използва готовите комуникационни канали и ясно представя посланията на една организация, използвайки платеното пространство, то PR-ът използва различни неконвенционални методи и канали, чрез които предава послания, управлявайки поведение и нагласи. Ако трябва да сме прекалено буквални – PR-ът е невидим за окото, докато рекламата е точно обратното. Но във всички случаи вървят винаги заедно, ръка за ръка.

Как виждате развитието на тази професия в следващите години?

Тази професия, както и 99% от професиите в света, се променят много динамично с навлизането на технологиите. В PR-а вече са силно застъпени дигиталните комуникации и основна роля играят социалните мрежи, за които спокойно може да се каже, че са сами по себе си PR трибуна. Социалните мрежи са изумително успешен канал за отправяне на PR послания, който в много случаи е



Задължително е всеки професионалист да следи какви проекти се случват на големите пазари

предпочитан от специалистите дори и пред конвенционалните медии. Най-големият риск обаче е свързан с липсата на контрол над фалшивите новини (fake news) и бързото им разпространение именно благодарение на социалните мрежи.

Има ли хора, от които може да се учим в PR-а? Има ли световни гурута в тази сфера? Кои са те, според Вас?

В ежедневната си работа постоянно срещам отлични примери за интересни и успешни PR кампании. Задължително е всеки професионалист да следи какви проекти се случват на големите пазари. В последните години, според моите наблюдения, отлични кампании се реализират навсякъде по света. И ако преди традицията беше да обръщаме поглед на запад към Европа и САЩ за успешни PR кампании, в последните години много интересни неща се случват и в Далечния изток.

Какво може да посъветвате младежите, които искат да учат или вече учат Връзки с обществеността?

Да държат очите си отворени, защото най-страхотните кампании и най-важните решения много често се вдъхновяват от малките неща, които ни се случват ежедневно в живота.

