

Формула за: Ефективен и измерим PR

R-A-C-E

Research | Action Plan | Communication | Evaluation

R-ESEARCH/ SOCIOLOGY

A-CTION & PLANING/ STRATEGY

C-OMMUNICATION/ PR

E-VALUATION/ SOCIOLOGY

Research

Изследване на нагласите на външни/вътрешни публики на организацията

Количествени методи на изследване

- Анкета
- Пряко стандартизирано интервю

Качествени методи на изследване

- Дълбочинно интервю
- Фокус групи
- Теренно наблюдение

Количествени изследвания

Отнасят до по-големи съвкупности

Осигуряват по-голяма представителност

Статистическа обработка на данни

Набиране и анализиране на данни чрез анкета или пряко стандартизирано интервю

Предварително определяне и изчисляване на генерална съвкупност, вид и обем на извадка, алгоритъм

ВИДОВЕ ИЗВАДКИ

Систематична

Квотна

Стратификационна

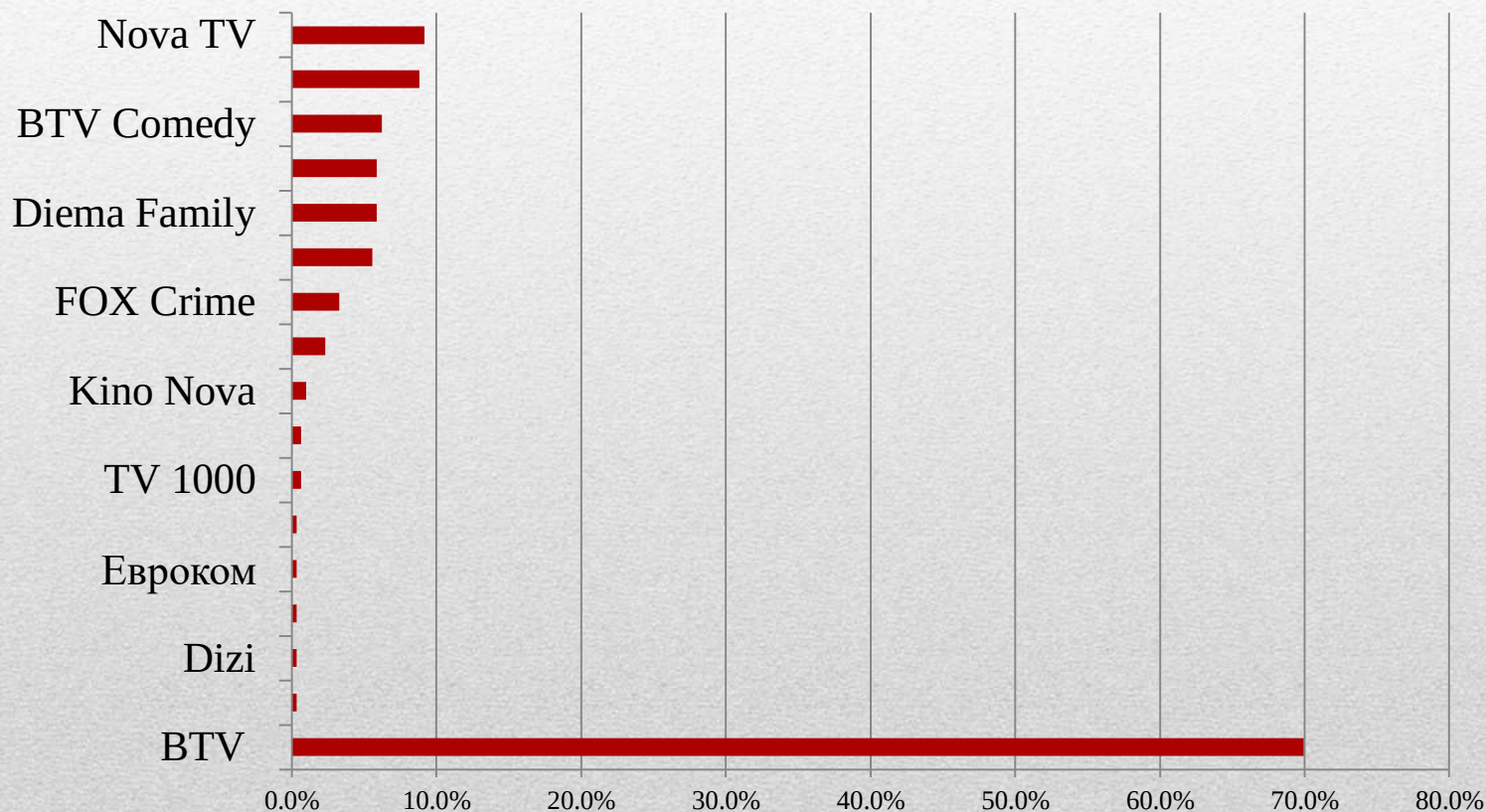
Снежна топка

Клъстерна

По преценка

Примери:

Кой телевизионен канал гледате най-често?

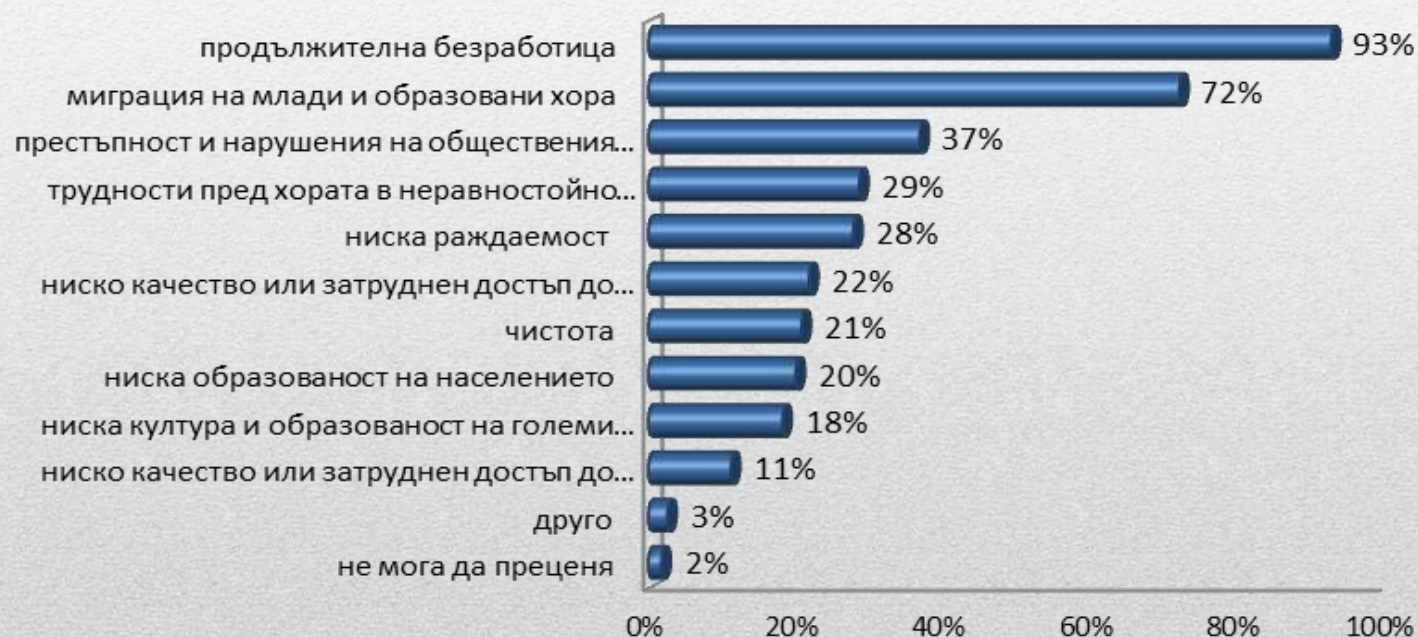


Примери:



Примери:

Кои са най-изявените социални проблеми на територията на град XXXXX?



Качествени изследвания

Доказване и отхвърляне на хипотези

Ниска представителност = дълбочинен анализ

Без схематизиране на резултати

Фокус групи | Теренно наблюдение | Дълбочинни интервюта

Етапи при провеждане на качествено изследване

Обект и цел на изследване

Изследователски задачи

Създаване на хипотези

Прилагане на непредставителни методи

Доказване/Отхвърляне на хипотези

Анализ на резултати

Action plan

Изготвяне на PR стратегия в посока подобряване на резултатите от проведеното изследване

Стратегиране на комуникационни дейности и PR активности, релевантни на резултатите от изследването



Стратегиране на комуникационни канали



Преговори с медийни и стратегически партньори

Communication

**Развиване на диалог с публиките на
организацията.**

**Реализация на
Action plan.**

**Мониториране на
каналите**

Evaluation

Измерване на успех на PR стратегията

Повторно изследване на нагласите на публиките на организацията

- **Методологията, приложена на етап Research се повтаря при етап Evaluation с цел постигане на пряка съпоставимост между първични и вторични данни**

СВЪРЖЕТЕ СЕ ЗА КОНСУЛТАЦИЯ

Севгин Хамидинска
Социолог | Връзки с обществеността

Тел: +359 894 623 621

Имейл:

sevgin@priz2.com |
pr.sevihamidinska24@gmail.com
<https://priz2.com/>

Адрес: гр. Пловдив, бул. Марица 27 Г

