

ГК Авангард

## **В будущем региональный PR-рынок должен специализироваться**

Развитие регионального PR-бизнеса невозможно без специализации. На сегодня 95% агентств Краснодарского края, работающих на рынке рекламы и BTL и event услуг предлагают PR сервис в структуре своих услуг. Вместе с тем, 95% данных предложений не соответствует действительности и фактически вводит потребителя в заблуждение. Агентств действительно имеющих соответствующую квалификацию и штатных специалистов и предлагающих PR-услуги в качестве основных всего 2% из общего числа.

Такая ситуация заставляет профессиональных участников рынка поставить вопрос об аккредитации или сертификации PR услуг. К такому мнению пришли зарегистрированные участники южно-российской конференции «PR сезоны», которая пройдет с 23 по 24 марта в Краснодаре.

«Такой шаг помог бы участникам рынка справедливо конкурировать на рынке и вернуть ценность понятию PR» - считает руководитель оргкомитета конференции «PR сезоны», директор агентства по связям с общественностью «Авангард» Виталий Шеремет.

В настоящий момент PR, реклама и BTL неразрывно связаны друг с другом понятия, в особенности на региональном уровне. Ценность профессии нивелирована в первую очередь в силу того, что профессионалы работают на власть и крупные корпорации, локальные агентства ограничены штатным расписанием и объемом проектов, и фактически данные условия тормозят воспитание новых профессиональных кадров для отрасли и зачастую даже выпускники профильных факультетов не могут отличить рекламу от PR, поскольку в большинстве случаев со вторым даже не сталкивались на практике.

«Сертификация уже апробирована на базе федеральной ассоциации по связям с общественностью. Пора перенести данный опыт на региональную почву» - заявил Виталий Шеремет. Если мы говорим о будущем PR в регионе, мы должны не только поднимать ценность услуги и профессии, но и помочь агентствам специализироваться. Рынок PR услуг довольно узкий в регионе, поэтому, для более эффективного его развития агентствам нужно занять те ниши, которые предоставляет региональные индустрии или стать профи в одной-двух услугах.

Профессиональная компания не может качественно выполнять все несколько десятков услуг, перечисленных в его списке. Для этого, как не печально, региональщики не обладают ни человеческими ресурсами, не профессиональной подготовкой. Выход из тупиковой ситуации – специализироваться и быть вне конкуренции. Такой продукт легче продать и проще создать.

Справка

PR-агентство «Авангард» (Краснодар)

PR-агентство «Авангард» (Краснодар) – агентство полного цикла. Основано в Краснодаре 2003 году. Основные услуги: комплексные решения в области связей с общественностью и связи с органами государственной власти и СМИ. В числе клиентов компании – крупные международные и российские торговые и промышленные холдинги, предприятия, успешно работающие в финансовом секторе и сфере b2b. PR-агентство «Авангард» реализует проекты на всей территории всего Южного федерального округа. Офисы компании работают в Воронеже, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Ставрополе и Сочи.

РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью)

Общественная некоммерческая организация Российская Ассоциация по связям с общественностью была создана в 1991 году. Среди учредителей: Союз Журналистов, Ассоциация работников рекламы, Секретариат ООН, Торгово-промышленная палата, Российская товарно-сырьевая биржа, Посольство СССР в США, Управление информации МИД СССР, МГИМО МИД СССР, Агентство экономических новостей, Институт социологии парламентаризма. РАСО - соорганизатор Национальной премии в области развития связей с общественностью "Серебряный Лучник". Сооргонизатор самых авторитетных российских форумов "Дни PR в Москве" и Baltic PR Weekend.