

Кейс 6. Эффективность PR и коммуникативных мероприятий

Предположим, что вы направили некоторую информацию в целях воздействия на целевую аудиторию в 1000 человек. Допустим, что 400 из них эту информацию получили. Пусть половина из них восприняли ключевые пункты вашего сообщения. Будет не слишком пессимистично полагать, что пятая часть этой аудитории сформирует свое позитивное отношение к предложенным вами тезисам, и, скажем, каждый десятый из них совершит в ближайшее будущее ожидаемые вами действия.

Вопросы и задания:

1. Как может измеряться эффективность PR-деятельности?
2. Какие показатели эффективности присутствуют в данном примере?
3. Приведите пример эффективной PR-компании.