

# 25

**привычек  
успешного пиарщика**

Роман Масленников

## Annotation

«Привычка – вторая натура», – говорили древние. Но они не знали такого подвида человека, как «пиарщик». А у пиарщика – более разных 10 ролей и натур – каждый день! Поэтому полезные привычки ему просто необходимы.

А кто в наше время не пиарщик?

Кому не надо иногда преувеличивать сказанное?

Кому не надо доказывать значимость себя и своих результатов?

Кому не надо выделяться из толпы?

Кому не нужно продвигать свои товары в условиях кризиса перепроизводства?

Одним словом, все мы немного пиарщики в этой жизни!

У того, кто обладает полезными привычками пиарщика – больше шансов решить вопросы, поставленные выше, – дешевле, эффективнее и быстрее.

Расшифрованные лекции семинара для избранных – Вашему вниманию!

- 
- [Роман Масленников](#)
    - [Вступление](#)
-

# Роман Масленников

## 25 полезных привычек пиарщика

### Вступление

Вашему вниманию – мои наработки для повседневной деятельности пиарщика. Да и в жизни эти привычки тоже пригодятся.

Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Конечно, Вы вправе послушать аудио-запись данного вебинара – купить или скачать [1] . Но книга есть книга. Здесь есть бонусы! Какие – сами увидите в Приложениях.

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде статьи. Мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной информации. Первыми ею точно должны воспользоваться избранные.

Вперед!

*Роман Масленников Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.*

## **Предупреждение!**

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это. Это опять же преследует 2 цели: экономия и шифровка информации. Кто захочет, тот поймет! А чтобы был стимул за то, что вы решились продрагаться через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

## Бонусы

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу. Добавляйте меня – prmaslennikov, чтобы условиться о времени. А может быть, все произойдет сразу!

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми! Жду Вас в скайпе.

## Три группы привычек

Двадцать пять привычек пиарщика. Они разделяются на три группы: шесть привычек – это привычки для себя, как для профессионала, то есть специалиста в области пиар-технологий; семь привычек будет касаться общения с клиентом настоящим или потенциальным; и будет порядка двенадцати разных умений, которые тоже пригодятся пиарщику и для клиентов, и для себя, как профессионала, и для себя, как личности, потому что каждый пиарщик – это, в принципе, большая личность должна быть, суперличность, как универсальный солдат, чтобы помогать и другим, и себе.

## Первая привычка: «Разные разности»

Привычки для себя, как профессионала. Первая привычка заключается в том, чтобы каждый месяц, как минимум, осваивать один из каких-то новых полезных навыков. Что имеется в виду?

Ну, поскольку пиарщик – это человек, работающий с каналами коммуникаций, то и вот эти новинки будут касаться коммуникационных вещей. Например, какие вещи можно освоить: видеоблог – это youtube, rutube, к вашим услугам; подкаст – Russian podcasting. Воту меня, к сожалению, не получилось его освоить, потому что что-то там было забранено после трех выходов в эфир, но, тем не менее, штук хорошая, работающая. Особенно тем, что связан с радио, или как-то с интернет-радио, или, может быть, ведет программу – это вообще отличная штука, потому что можно сделать подкаст и в iTunes, и оттуда вещать напрямую безо всяких «Рашен подкастингов», которые банят.

Дальше – блог. Ну, думаю, блоги вы все ведете, поскольку сообщение мое тоже увидели в блоге, но блоговские системы есть очень разные, тоже их можно постепенно осваивать. Вот я, например, пробовал освоить систему «Тумблер», пробовал освоить новую мейлрушную систему, такие тоже микроблоги у них были, «Futubra» – хорошенькая штука, новенькая, но вот то, что на слуху, то и можно попробовать освоить. Вот есть еще такая система, называется Orkut – это вторая в мире социальная сеть, или даже первая, потому что ей куча китайцев пользуется. Также такая достаточно неплохая штука, можно попробовать. Ну, в общем, что-то новое появляется, о чем все говорят – соответственно, там надо быть. Я, например, завел «Твиттеры», и ЖЖ, и «Фейсбуки» до того, как они стали участвовать в пиар-акциях. Через Twitter собрали революцию в Египте, а я смотрю – у меня там аккаунт уже давно есть. Поэтому, в принципе, такие штуки достаточно полезны.

Есть различные сервисы рассылки пресс-релизов, я как-то про них писал целые обзоры [2]. Ну вот, например, лично мне нравится, как работает пиар-онлайн – экономят кучу времени на ссылку новостей. Плохо то, что там нет каких-то детализированных отчетов, но так, в принципе, хорошая штука. Кроме этого, есть такая штука, называется pressu.ru – тоже, в принципе, прикольная вещь, экономит кучу времени. То есть: рассылка пресс-релизов одним кликом – это реальность. Для меня это раньше было очень, так скажем, недоступно.

Хороший инструмент можно освоить – ЖЖ-промо. Я долго к этому подступался, боялся, как же там записаться в календарном промо разместить, жетоны какие-то, все запутано... Но при ближайшем рассмотрении оказалось, хорошая вещь. Почему это нужно знать? Вдруг подворачивается какой-то проект, в котором без блогов не обойтись, а блогера нужно найти завтра. И, в принципе, вы можете собой заменить вот такого ТОПового блогера, продвинув свой пост с помощью этих жетонов. То есть умение на перспективу, не только для того, чтобы руки набить, но еще и на этом можно зарабатывать.

Еще одна полезная штука, которую можно освоить, например, создание сайтов в онлайн-режиме. Я в последнее время пользуюсь штукой weebly.com. Наверное, многие знают, недавно даже на русском появилось меню, достаточно удобная вещь. Создание сайтов за пять минут – это тоже реальность. Раньше приходилось у фрилансеров заказывать, переплачивать студиям, или самому там корпеть над чем-то, что-то там подкрутить, но вот сейчас такие вещи тоже доступны всем желающим.

Итак, что это из этого нужно каждый месяц по одному осваивать, какой-то один коммуникационный инструмент – это первая привычка.



## **Вторая привычка: «Развитие правополушарных навыков»**

Привычка номер два для себя, как профессионала: осваивать что-то новое из не технических навыков. Что может быть таким умением? Что я лично освоил, и что мне помогло? В основном, это помогает развитию мозга или развитию двух полушарий, или это помогает неким навыкам, на которые вы раньше тратили больше времени. Ну, сейчас вы сами все поймете.

Перечисляю, какие могут быть полезны умения для пиарщика, пригодные в быту, и повышающие все возможные показатели: скорочтение (не применять для художественной литературы), скоропечатание. Вот я очень себя уважаю за то, что все-таки пересилил и прошел курс, называющийся «Соло на клавиатуре», это классика, как «Жигули»; то есть: куча программ есть, но вот эта самая такая классическая... не знаю, я просто других не проходил, поэтому сложно говорить, что она самая клевая, но мне она помогла. Вот я ее прошел до конца, там сто упражнений – всё, теперь я печатаю вслепую. Это очень хороший навык. То есть: с закрытыми глазами разговариваю по телефону, несмотря на клавиатуру, даже где буквы стерты – тоже можно экономить даже на клавиатурах (штука!). В общем, скоропечатание – очень крутая вещь, практикуйтесь. Потратьте праздники какие-нибудь, потратьте выходные – не пожалеете.

Дальше из умений таких вот, для себя, может быть правополушарное рисование. При всех приколах этого метода, который раздается даже у метро, рекламируют, штука достаточно полезная. В интернете есть пара советов, видеокурсов – развивает творческое мышление просто на ура. Причем не просто творческое мышление, а связь его с логическим мышлением. Там фишка в том, что ты рисуешь не обозначения... типа «я рисую собаку» – и ты представляешь собаку, хвост, ноги и еще чего-то, и начинаешь рисовать вот эти хвост, ноги и зубы. Ты представляешь просто очертания, и их переносишь. Ну и включаются, соответственно, совершенно другие механизмы в мозге, и уровень креативности растет, вот именно связанный с логикой. Грубо говоря, если раньше у вас рождались чисто бизнес-схемы, или рождались чисто образы какие-то – креатив такой, самый креативный креатив, – то здесь у вас сразу будут рождаться идеи, и к ней такая сразу прилагается смета. То есть, в принципе, все будет

просчитываться автоматически благодаря тому, что правое полушарие, которое отвечает за свои вещи, связывается еловым, в зависимости от этого навыка. В общем, хорошая вещь – правополушарное рисование.

Дальше: ораторское мастерство. Ну это классика, думаю, вы все этим владеете, просто время от времени желательно это практиковать, совершенствовать, какие-нибудь клубы ораторского мастерства посещать, перечитать книжки Радислава Гандапаса – все это будет нелишним.

Пиарщику могут очень хорошо понадобиться курсы актерского мастерства. Все почитают, например, Станиславского, тоже хорошее чтение. Но желательно куда-нибудь еще сходить, поиграть в театре, потому что, наверное, пиарщик – это одна из профессий, людям этой профессии приходится играть от десяти ролей, как минимум. А если все это уметь взбалтывать, но не смешивать, то имеются шансы, что мозг сохранится в здоровом состоянии. Поэтому управление своими эмоциями – это вам поможет актерское мастерство.

Ну и такие вещи, просто перечисляю через запятую, которые просто полезны, которые кому-то могут быть не близки, но тоже хорошо, если одну из этих вещей развивать раз в месяц, начинать, по крайней мере. Что-то понравится – делаете дальше, не понравится – переходите к следующему: какой-нибудь музыкальный инструмент, иностранный язык, курсы экстремального вождения, диджейские навыки, то есть сводить песни. Есть такая программка, называется MixMeister, – можно думать не только словами, можно думать не только картинками, можно думать еще и треками, какой к одному подойдет, тоже прикольная штука. И есть такая фишка – язык глухонемых. Тоже развивается навык импровизации и точности. То есть: движение мизинцем не туда, и вы уже показываете не воздушный шар, а вы показываете презерватив. Все очень интересно в этом плане. Курсы такие вот в Москве недавно открыли, я думаю, они, в принципе, везде есть. Собираюсь их весной посетить.

Таким образом, одно умение, один навык в месяц, скажем так, вам приделает дополнительные руки.

## Третья привычка: «Фрики»

Привычка номер три из серии привычек для себя, как для профессионала: общение с новыми людьми-фриками. Эта привычка почерпнута у Тома Питерса. Он, конечно, знатный популяризатор легкости. То есть: у него на странице может быть три предложения, но они будут размазаны по всей странице. Прочитал я эту книжку – в принципе, совет дельный, который я оттуда извлек. Усовершенствуем его – то есть нужно находить не людей-фриков, а, например, как минимум, общаться с пиарщиками из других сфер. Фактически, это тоже будут для вас фрики. То есть: пиарщик в сфере моды и пиарщик, который, допустим, пиарит финансовые учреждения, и пиарщик, который продвигает, например, какие-нибудь трубы – это, в принципе, три разных человека со своими коммуникационными навыками. То есть: везде журналисты разные могут быть, айтишные пиарщики тоже отдельно стоят. То есть общаться с пиарщиками из других сфер бывает очень полезно, потому что, применяя их навыки в своей сфере, можно преуспеть. Это проверено!

Мы применяли навыки пиара шоу-бизнеса для аудиторов. Где-то у нас был такой период, когда нашими клиентами были одни аудиторы. Так вот, мы им подбрасывали фишки из пиара шоу-бизнеса. В принципе, женщинам за пятьдесят нравилось, когда к ним в офис приезжала Елена Ищеева и снимала программу на телеканале Домашний. В общем, всем очень понравилось, а, казалось бы, блин, нецелевая аудитория, нецелевое то, нецелевое сё. Но, однако, в итоге даже бизнес-задачу решили, нашли там какого-то специалиста через программу «Второе дыхание».

## **Четвертая привычка: «Что-то свое»**

Дальше, привычка номер четыре: начать делать что-то свое. Например, книгу. Книга делается просто: каждую неделю пишете что-то содержательное в блог, и через год собираете посты воедино, редактируете – вот вам книга. Как вести блоги я, в принципе, рассказывал чуть ранее, презентация есть в интернете. Суть в том, что блог должен быть посвящен одной теме, и эта тема должна всячески с разных сторон охватываться: сбоку, снизу, в праздники, днем, ночью. То есть: везде эту тему щекотать, подступаться к ней, как-то освещать, и вы сами не заметите, как вы наклепаете постов через год на, в принципе, хорошую узкоспециализированную книжку. Еще книжку можно надиктовывать, что, собственно, я сейчас и делаю. То есть: начните делать вашу книгу, и это автоматически повысит стоимость пиарщика и, в принципе, распишет вашу руку. То есть: когда вы каждую неделю пишете что-то определенное по профессии, вы таким образом и систематизируете что-то, и учитесь на своих ошибках, и расписываете руку, и вообще учитесь излагать мысли стройно, ну и в перспективе у вас маячит книга. То есть, в принципе, мотив хороший.

## Пятая привычка: «Скандал»

Подумайте над созданием скандала о себе. Если вы пиарщик, то вы должны уметь себя пиарить – это, в принципе, идея, которой шпыняют любых пиарщиков, которые выступают публично: «Что вы из себя представляете? У пиарщиков плохой имидж, вас вообще никто не знает!» – то есть: к пиарщикам иногда на дотошных конференциях докапываются, что, мол, сапожник без сапог. Поэтому иногда какие-нибудь информационные поводы, скандалы или происшествия делайте о себе. Неважно корпоративный вы пиарщик или в агентстве работаете, или вообще сами по себе – это неважно. То есть: можно информационный повод о себе раз в три месяца, раз в полгода хотя бы устраивать.

Приведу примеры: вот есть питерский пиарщик, очень крутой спец – Антон Вуйма. У него были крутые акции – соляные бунты какие-то там; у него были инициативы передвижных церквей мобильных. Самое громкое его дело – дело против закона Дарвина, оно там чуть ли не год играло даже в мировых СМИ, «Дело Шрайдер» называется. В принципе, в интернете можно найти информации, в Википедии у него страничка есть. Вот два пиарщика, которые вообще есть в Википедии – это Вуйма и я. Про Вуйму там почитайте, у него раз в десять больше информации, чем на моей страничке. Это просто идеал того, как нужно делать инфоповоды о себе.

Еще очень круто, если кто помнит, засветился пиарщик кандидатки в Мисс Мира, красавицы Переверзевой. У нее не менее красивый пресс-секретарь, и не менее большой профессионал, чем, наверное, скажем так, вышеназванные. Она давала интервью за эту Мисс Мира, которая обозвала нашу страну там как-то, и, в общем, пиарщик там за нее оправдывался или давал комментарии. Тоже было достаточно круто.

У меня была заготовка какая? Ну, у меня поскромнее все, я заделался секс-гидом. То есть: у меня были секс-экскурсии. Ну, такой приколы летом. Потом даже снимала на эту тему репортажи «Москва-24», в МК вышел большой репортаж, на НТВ вышла какая-то заметочка такая в новостях, и, в принципе, много таких позитивных было откликов. Ну, то есть люди старшего поколения и живущие в других городах, они, конечно, смотрели на это дело: «Фи! Тоже мне, удумал!» – даже кто-то пытался разорвать контракт, и разорвал его, не подписав, но большинство моих ровесников и кто младше реагировали очень позитивно, обратная связь хорошая. То есть: пиарщики, не забывайте об инфоповодах про себя.

## **Шестая привычка: «Персональный логотип»**

И шестая, заключительная привычка для пиарщика в данном разделе – это элементы персонального брендинга. Я не говорю, что нужно себе заказывать бренд-бук, не говорю, что себе нужно заказывать логотип, делать крутую кожаную или деревянную визитку. Начните с простого: можно себе заказать необычный экслибрис. Ну, понятно, я даже об этом не говорю, что пиарщик должен читать много-много книг, и художественных, и по профессии. Ну вот – каждую книжку, которую вы прочитали, снабдите ее экслибрисом. Экслибрис – это очень прикольная вещь, когда вы ставите свою печать. То есть: не печать фирмы, не печать еще чего-то, а экслибрис – это ваш фирменный знак и, в принципе, это первый шаг к персональному брендингу. Ну а дальше уже, если будет время, если будут деньги, которых у пиарщика все время не хватает, или еще что-то, то можно себе уже подумать над логотипом, но экслибрис – это первый шаг. Цена вопроса с оснасткой печати – от четырехсот до полутора тысяч. По-моему, это, в принципе, не так дорого. Но зато это фишка.

Вот это у нас были шесть привычек для себя, как профи. Следующая группа привычек – это привычки общения с клиентом. Короля делает свита, а пиарщика делают его клиенты. Всегда вопрос: «Вы кто?» – «Я пиар-специалист», – «Ну и кого пиарите?» – всегда так спрашивают. Почему? Потому что пиарщик – это тот, кто его клиенты, а с клиентами нужно уметь общаться. Общаться с пользой! Вообще, по моему мнению, определение пиара – это и есть общение с пользой. С кем угодно!

## **Седьмая привычка: «Реальная клиентоориентированность»**

Как общаться с клиентом: полезные привычки.

Нужно читать все персональное, что касается клиента. А именно: Twitter, блог, Вконтакте, Facebook. То есть у человека, если ему где-то от двадцати пяти до тридцати пяти, что-то из этого набора стопудово есть. И он там обычно пишет не про работу. То есть, как он вам вообще сказать должен, ведет ли он то или сё – это просто при первой встрече уточняете как бы мимоходом: «Что ведете? Twitter, то, сё?» – он вам скажет и забудет. А потом вы, соответственно, у него это все почитываете, бываете в курсе, ну и, соответственно, знаете, чем живет ваш клиент вне работы. Потому что если вы вдруг спросите посреди абонентского обслуживания через три месяца «А какой у вас Twitter», он скажет: «Да я не веду вообще, это не для меня». То есть: может, в принципе, и не сказать, мало ли что. А в начале общения это как уточняющий вопрос, а потом доступ – пожалуйста. Нет, ну могут и сразу сказать, не вопрос, если они по профессии ведут, но иногда могут и не сказать.

Например, есть круты ТОП-менеджеры, владельцы компаний, заводов, пароходов. Они не признаются, что они ведут Twitter по секрету, потому что у них нет времени, они всегда очень заняты. А на самом деле ведут! Поэтому вот такая небольшая фишка – спрашивайте все в начале. И читая тот же Twitter, вы будете знать, когда он в отпуске, когда он недоступен, когда можно запрашивать комментарии, когда нельзя. Вы будете знать позицию по некоторым его вопросам: националистические его взгляды, или либерал он, на митинги ходит, или еще какие-то вещи, которые, в принципе, не говорят, и об этом даже не спрашивают. А тут – раз! – вы читаете мысли. А потому вы уже можете это обсудить. В общем, все это надо почитывать хотя бы раз в день, в конце дня.

## **Восьмая привычка: «Персональный мониторинг»**

Настройте себе Гугл-ридер или Яндекс-ленту. Я, например, Яндекс-лентой пользуюсь. И вбиваете туда, во-первых, название компании, в том числе и неправильное написание тоже, потому что вообще это классика – пишут «пиар-агентства» всегда без «т», или компанию «Нексия Пачоли» называют «Нексия Пачули», или еще как-то. В общем, по неправильному написанию тоже мониторьте. Мониторить можно имя клиента, сайты контролирующих министерств, которые вашего клиента контролируют, и можно мониторить, если уж вообще ни про клиента, ни про его фамилию ничего не пишут, можно мониторить просто его сферу деятельности. Допустим, если это, скажем, кооператив, то мониторить нужно все, что касается финансов: финансы, Минфин. Если это мода, то нужны тенденции моды или, скажем так, сферу. Но если клиент хороший, то обычно такой проблемы не возникает, все как бы отображается.

Да! Еще можно марки конкурентов забивать в мониторинг – тоже будет вас подстегивать. У конкурента вышел комментарий или статья, а вы почему там не опубликовались? Мониторинг!



## **Девятая привычка: «Отчеты»**

Еженедельные, ежемесячные и годовые отчеты. Об этом, наверное, все знают – чем новее клиент, тем чаще перед ним нужно отчитываться. То есть: каждую неделю, нужно в конце каждого дня писать: «Сделано то-то, планируется сделать то-то. Сегодня у нас было пять вещей, на завтра планируется еще десять». Ну а дальше уже можно вот к этой системе: еженедельное, ежемесячное, годовое. Причем когда у вас заканчивается что-то годовое или полугодовое, желательно сделать прогноз дальнейших действий еще на полгода, как минимум. То есть: чтобы клиент видел перспективу. То есть: отчеты плюс перспектива. Хороший отчет отличается не только список сделанных заданий, но и список планируемых заданий.

## **Десятая привычка: «Встречи»**

Встречи с клиентом, в том числе неформальные. Для чего нужны неформальные встречи? Не просто пива выпить вместе или сходить в клуб, или еще что-то. Они нужны для того, чтобы понимать, что реально происходит у клиента в компании. То есть: днем, или в официальных отчетах, или на брифингах вам могут не сказать к чему компания идет, какие у нее финансовые результаты, а вот на неформальных встречах можно узнать, что реально происходит.

Был такой анекдот: прибегает пиарщик к директору завода, а на заводе паника, рушатся стены, пожар, приехала санэпидемстанция – в общем, полный аврал! И пиарщику директора спрашивает, он из отпуска вышел вчера: «Уважаемый Волк Крокодилович, что случилось?» – ему отвечают: «Подожди-подожди! Сейчас я тебе, Василий, уважаемый наш пиарщик, все объясню». «Да вы что, Волк Крокодилович! Не надо мне ничего объяснять, это я сам объясню, вы мне скажите, что реально происходит».

Поэтому такие встречи неформальные будут вам давать картину: что реально происходит в компании клиента, и соответствующим образом строить ваши дальнейшие действия.

## **Одиннадцатая привычка: «Общение с журналистами»**

Личные встречи с журналистами. По телефону комментариев, если это новая сфера, много не выбьешь. Комментарии нужно выбивать, запросы на комментарии, тогда, когда вы познакомитесь с бытом журналиста, побываете у него в редакции, узнаете, чем он живет, какой у него график, когда сдача номера, когда планерка. И тогда можно подгадывать обращение к ним за комментариями, за статьями, за колонками. То есть: журналисты и личные встречи – это обязательно, это must. Хотя бы раз в неделю проводить пару встреч.

Как я уже рассказывал своим коллегам, в какое время можно проводить эти встречи, учитывая какие моменты? Ну, во-первых, нужно учитывать график журналиста, чтобы не приехать к нему, а у него там планерка через пять минут, он не пойдет на встречу, он пойдет на планерку. Соотносим вот такие моменты, и соотносим, когда у вас какой-то затык в работе. То есть: вот вы пишете текст, статью, готовите отчет, дайджест, еще что-то, составляете план – и всё, вот не пишется! То есть: руки устали, мозг не работает – всё! Вот в это время звоните, и пока пешком идете, пока с ним будете общаться, соответственно, вербально – переключение внимания. И здесь польза, и на оставленном деле тоже все поперет. Это проверено.

## **Двенадцатая привычка: «Микроблоги и соцсети»**

Дальше, привычка номер 12, она сочетается с привычкой номер 7: читать «Твиттеры» и «Фейсбуки» журналистов, тоже достаточно полезная вещь. То есть, например, вот один айтишный журналист, я его читаю в «Фейсбуке», человек с тремя высшими образованиями, закончил тот же лицей, что и я, но, блин, он такое себе позволяет в «Фейсбуке», такие ругательства, такой депрессняк может нагнать, что, в принципе, это вам какие дает вещи? Можно на этой волне с ним подружиться и в чем-то поддержать, в чем-то согласиться. Ну, естественно, вечером, или ночью, или в выходные, а наутро следующего дня получить запрос на комментарии. Вот так все цинично происходит.

Главное – знать, с кем вы реально имеете дело. То есть: «Твиттеры» и «Фейсбуки» журналистов читать полезно, потому что иногда там появляются и прямые запросы на срочные и горящие статьи. Ну тоже вот пример: четверг, вечер, вы просматриваете Twitter, там можно группу сделать, там, «Пресса», чтобы не общим скопом смотреть, а только эту вкладку. Заходите, а там один журналист пишет... ну, то есть сейчас уже у всех такой рефлекс, такая привязанность, что раньше искали, всех обзванивали, а сейчас все какой-нибудь запрос постант в Twitter: «Блин, мне нужен спикер по рынку страхования. У кого есть два человека?» То есть, в принципе, такие вещи в «Твиттере» – запросто. А тут как раз вы: «Здравствуйте, я все могу» – и вперед! Наутро получаете хорошую публикацию.

## **Тринадцатая привычка: «Подарки»**

Клиентская привычка номер 13: делать подарки существующим клиентам. Подарки – это не только Новый год и Восьмое марта, День святого Валентина, но это и подарки в виде неких пиар-акций, мини-пиар-проектов. Когда вы делаете такие подарки, в принципе, вам, если вы нормальный человек, приятно увидеть обратную реакцию: «О! Спасибо, классно», – это по-человечески приятно.

И второй момент прагматичный, по психологии, который описан в книжке Роберта Чалдини: на бонус хочется ответить бонусом, или, по крайней мере, продлением контракта. Поэтому делайте подарки с поводом и без.

Это были привычки общения с клиентом – семь привычек.

Ну и теперь самое интересное – это разные умения, которые будут развивать личность пиарщика, и помогать ему достигать успехов как в работе с клиентом, так и в личной эффективности действий и коммуникаций.

## Четырнадцатая привычка: «Здоровые фишки»

Пиарщик – человек, который работает мозгом. Мозг часто забывают подвергать каким-то упражнениям. То есть: мозг нужно качать, хорошо бы его прокачивать так же, как и качают бицепсы, и пресс. Мозг тоже нелишним будет проветривать – это вообще ваше рабочий инструмент, его нужно содержать в чистоте. Так вот, здоровье! Здоровье, здоровье и еще раз здоровье! Ну я не говорю уже, что людям после тридцати хорошо бы уже прописаться к какой-нибудь клинике или найти своего врача – это как бы уже само собой. Это must!

Что можно применять в качестве фишек? В качестве фишек можно применять и пробовать экспериментировать с различными упражнениями, которые помогают быстро восстанавливать силы, и являются такими, может быть, своеобразными секретными орудиями, секретным оружием вашим, которое будет поддерживать ваш баланс здоровья, энергии, и все такое. Что имеется в виду? Вот, чем я пользуюсь: есть такая система восстановления энергетики, называется «Ключ», система «Ключ». Ее автор Хасай Алиев. В этой системе «Ключ» всего пять простых, элементарнейших упражнений, но которые, блин, очень помогают, как ни странно. Среди них основное – это елейная левитация, это еще называют синхронизацией ума и тела. Это с виду выглядит как самогипноз, но это абсолютно безопасная вещь, которая очень восстанавливает силы. Я «Ключ» применяю каждый день. Система «Ключ», рассмотрите. Это подойдет даже тем, кто очень большой скептик.

И одна из последних фишек для здоровья – это есть такие браслеты, называются они «Eridium», и есть еще «Тгутах». Тоже можно рассматривать как маркетинговый прикол, но если вы попробуете, то можете и удивиться. Сильно! Как, например, был удивлен в эти выходные лично я. Сходил на соревнования по легкой атлетике, увидел вот эту вот штуковину, мне сказали, ей пользуются спортсмены. Я подошел к олимпийской чемпионке, она говорит: «Да, действительно, использовала раньше, пока не стерлось». Я попробовал, и исключительно из-за эффекта удивления, мне понравилось. Сейчас вот мои коллеги тоже будут тестировать этот продукт. Сразу скажу, на половину не действует никак. Почему-то это половину составляет, в основном, девушки. Но на меня

почему-то оказал эффект.

## **Пятнадцатая привычка: «Кино и книги»**

Умение из разряда «разное» номер два: чаще смотрите и пересматривайте кино о пиаре. То есть это не то же самое, что книжки о пиаре, которые обычно скучные и не интересные, и без картинок абсолютно все. Вот кино – самое то. Приведу три фильма, которые нужно, кто не посмотрел, посмотреть, а кто давно смотрел, пересмотреть – вот реально, что-то новое при новом просмотре всегда вами видится. Проверял на себе! Если вы совершенствуетесь по вышеназванным навыкам, то вам гарантированно новое прочтение каждого фильма при новом просмотре. Что же это за фильмы? Ну, естественно, «Хвост виляет собакой»; естественно, «Здесь курят» (и книжку обязательно прочесть!), и телесериал, называется «Абсолютная власть», про английских пиарщиков. Я вот думал полгода назад, что все, что они делают, это из разряда приколов Михаила Задорного, но три месяца назад мы начали делать что-то подобное. Я вам скажу, эта вещь в России применима тоже. Я думаю, на самом деле, она даже в России применима больше, чем в Англии. То есть: в Англии это фантастика, там все забюрократизировано, в России пользоваться такими методами интереснее.

Итак: «Хвост виляет собакой» плюс книжка. Книжка называется «Американский герой», по которой снята эта картина. «Абсолютная власть» и «Здесь курят» плюс книга. «Абсолютная власть» снята по мотивам радиошоу, но радиошоу – я пока до него не добрался, поэтому советовать не могу.



## **Шестнадцатая привычка: «Наука»**

Умение номер три или Привычка 16: попробуйте получить ученую степень по вашей профессии. То есть: кандидатская степень. Для чего это вообще нужно? Это нужно не для того, чтобы на визитке писать «Кандидат философских наук», или «культурологических наук», или «экономических» – обычно эти три группы у пиарщиков чаще всего встречаются. Это нужно для того больше, что, вот те, кто работает с госконтрактами, понять, как работает бюрократическая машина. Потому что кандидат наук – это проверка на бюрократоустойчивость. То есть: сможете защитить кандидатскую степень, значит сможете работать с гостендерами. Не сможете защитить кандидатскую, значит в гостендеры даже и не суйтесь, потому что специфика вас утомит. Ну и, в принципе, та же надпись на визитке! Почему нет? На кого-то это действует.

## Семнадцатая привычка: «Оптимизация рабочего времени»

Здесь я посоветую два издания, две книжки, две теории. Ну, можно назвать это тайм-менеджментов, конечно, но это, в принципе. Не тайм-менеджмент, это оптимизация времени жизни. То есть: первая теория мягкая, она всем известна, называется она «по Архангельскому». Глеб Архангельский, книжка «Тайм-драйв». И экстремальная теория тайм-менеджмента – это книжка Тима Ферриса «Как работать четыре часа в неделю» и там что-то, что-то еще. При всем популизме названия книжки «Как работать четыре часа в месяц и при этом не стареть (худеть) и зарабатывать кучу денег», вот при всей яркости названия, книжка очень толковая. В частности, навык основной, который я там почерпнул – это не проверять почту рабочую в выходные, если, конечно, у вас никакого пиар-проекта не запланировано на это время, и не проверять рабочую почту после шести вечера, ну и тем более ночью. И, соответственно, можно попробовать не отвечать на рабочие звонки в выходные. Вот такой информационный шабат, в принципе, должен привести к очистке мозга и заполнению его хорошими идеями.

Раньше я думал, что это круто – проверить в три часа ночи почту, что-нибудь кому-нибудь ответить, и потому услышать какой-нибудь «О, ты и ночью работаешь!», «Пиарщик все время на работе!», а нас самом деле это очень высушивает мозг, и наутро вы убитый, бездейный – никакой. Можно побаловаться – в шесть утра, в пять утра поотвечать на почту, вдруг там под рукой iPad оказался или iPhone – хоп! – дай-ка почту проверю так, для прикола. Это очень вредная вещь. Почту надо проверять в строго определенное время. Не каждый себе может это позволить, но, по крайней мере, ваше стремление к этому упорядочит вашу рабочую продуктивную деятельность.

## **Восемнадцатая привычка: «Политический пиар и философия»**

Хорошо бы интересоваться пиарщику такими вещами, как политический пиар и философия. Даже если вы работаете в бизнес-пиаре, то знания полит-пиара и знания философии сделают вас человеком, условно говоря, окончившим «Гарвард», и который работает, например, консультантов в магазине «М-Видео». То есть: настолько различаются бизнес-пиар и полит-пиар. Что могу посоветовать? Почитайте все книжки Олега Матвейчева, [matveychev.ru](http://matveychev.ru). И почитайте книжку Александра Белоусова, называется «101. Книга выбормэна». Выбормэн – человек, который выбирает, тоже новый термин. Причем никто не думал, что кто-то напишет круче Матвейчева по полит-пиару, вот эти все его книги. Но потом сам Матвейчев признал, что современнее его написал именно Александр Белоусов. В принципе, обоих авторов я знаю досконально, их литературу, их лично, и, в принципе, это очень обогатило опыт в бизнес-пиаре. У Матвейчева там философия тоже есть, поэтому очень бизнес-пиарщики обогатятся, когда получают знания в полит-пиаре. Причем я не говорю, что надо заниматься полит-пиаром, потому что это такая деятельность сумасшедшая, там реально дневать, ночевать будете в самолетах, цинизм там будет вообще перешкаливать, общаться с коллегами вообще можно разучиться без мата. То есть, в принципе, такая, специфическая вещь. Но основа основ – очень полезная вещь.

## **Девятнадцатая привычка: «Две стратегии выходных дней»**

Как проводить выходные? Вот это выбор каждого. Либо вы в них работаете в полном включении, как, например, работал мистер Кейплс. У него есть хорошая книжечка, как он там описывал, ссылаясь, по-моему, на Форда, что у всех профессионалов пять дней в неделю, а он работает все семь. То есть у него выходные все были загружены работой. И даже сейчас я встречаю среди моих клиентов, тоже есть люди, которые работают в субботу. Почему? Потому что спокойно, никто не отвлекает, и все такое. Я раньше и сам тоже работал и по субботам, и по воскресеньям, и где-то я догонял то, что не успевал делать в рабочие дни. Но сейчас я стараюсь разграничивать: либо я конкретно в выходные работаю, вообще весь день, либо я конкретно отдыхаю. Это не смешивать. Поэтому личный выбор каждого, что делать в выходные, но выбор должен быть четкий: либо вы как Кейплс и Генри Форд пашете, либо вы отмокаете, не отвечая ни на что.

## **Двадцатая привычка: «Свой бизнес(ок)»**

Пиарщику хорошо бы для понимания проблем, и нужд, и чаяний клиентов, бизнесменов, иметь свой бизнес. Я не имею в виду тайный свечной заводик в Самаре, я имею в виду какой-нибудь интернет-магазин. Это вообще проще всего сделать, можно на коленке что-то там открыть, но пиарщик, у которого есть свой бизнес типа какого-нибудь простого интернет-магазина, будет понимать, когда ему клиент говорит: «Мне нужны продажи, у меня сейчас сезон», – или: «Мне нужен бизнес-план», – или какой-нибудь «ROI», «возвратные инвестиции». Вы будете понимать и чувствовать, что вам говорит клиент. Не обязательно ваш бизнес должен быть мега-супер-пупер-успешным, доходным и так далее. Он просто должен находиться в таком состоянии в работающем, не отнимать много времени, ну и, в принципе, даже не обязательно должен приносить вам деньги, он должен приносить вам понимание бизнес-процессов, в которых вот клиент живет каждый день. Поэтому в свободные от работы дни, или в отпуске, или на безрыбье можно попробовать запустить хотя бы интернет-магазин для четкого понимания нужд клиентов.

## **Двадцать первая привычка: «Спонсоры»**

Эта привычка, которая будет тренировать в пиарщике настойчивость: попробовать найти спонсоров, например, к вашей книге, которую вы пишете. Для чего это нужно? Ну, с одной стороны, вы вроде и не продаете напрямую, потому что множество пиарщиков просто чурается прямых продаж: «Это не мое, я вообще не хочу этим заниматься, кого-то там еще уговаривать», – и так далее. Но это навык полезный в том плане, что навыки продаж применяются и при «продаже» ваших спикеров журналистам. Поэтому поиск спонсоров безобидный, или просто прохождение тренингов продаж приблизит вас к пониманию того, как мыслит клиент, и приблизит вас к навыкам, чтобы продавать и информацию о клиенте, и о его компании, и, в принципе, заточит мозг на хороший боевой лад. Иногда это нужно – мобилизоваться. И это как раз дает навыки продаж.

Я еще рекомендую, чтобы в это втянуться, почитать Сергея Азимова, бесплатная книжка у него есть на сайте [perabota.ru](http://perabota.ru), и послушать аудио-тренинги Брайана Трейси, допустим – тоже по продажам. Там часовая лекция, в iPod там себе закачали, или в машине слушали, – в принципе, вставляет.

## **Двадцать вторая привычка: «Выбери клиента»**

Можно раз в три месяца самому выбирать себе клиента. Что имеется в виду? Ну, не каждый клиент может вам нравиться, по разным причинам. А вот тогда, когда ведете клиента, который вам нравится, тут вообще получается все, как по маслу.

Ну, как выбрать себе клиента? Поразмышляйте на досуге: в какой бы сфере вы хотели бы состояться? Не знаю, как основа основ, или так, до кучи, или просто – вот, нравится! Не знаю, это может быть сфера телевидения, телеведущей вы хотите стать, это может быть сфера какого-нибудь трубопрокатного стана. Почему? Потому что, например, там работает ваш супруг, и вы хотите ему как-то помочь. Или, например, это может быть сфера спорта: футбол или хоккей, то есть можно конкретизировать. И после того, как вы определяетесь, вы смотрите: так, кого бы из этой сферы можно было бы в пиаровском смысле подтянуть, – и делаете ему предложение, от которого он не сможет отказаться. Это может быть предложение даже на каких-то бесплатных условиях – организовываете ему пару статей в месяц. Вам это будет два часа рабочего времени, а ему будет приятно. И потом он у вас, может быть, реально что-нибудь закажет. Зато вам это будет реально в кайф. То есть: вы сами привлекли клиента, и вы сами работаете на то, что вам нравится.

Раз в три месяца привлекать одного клиента, где бы вы ни работали, это реально! И это будет вас подтягивать и в других сферах, то есть подзаряжать, такая будет батарейка. И полезно, и интересно.

## **Двадцать третья привычка: «Новые гаджеты»**

Освоение новых гаджетов. Сначала меня это немножко бесило: делаешь, например, с кем-то сайт, и он говорит: «А теперь давай делать сайт через «Мегаплан», ставь мне туда задачи». Думаю: «Блин, перестраиваться, как вообще такое можно, это же фашизм! Сначала мы делали через одну систему, или вообще переписывались – давай через «Мегаплан» загоняй», – но окей, освоились. Это как новый язык освоить.

Или, например, с Windows перейти на Mac. Или, например, с «Андроида» перейти на Windows Mobile. В принципе, это полезно, потому что таким образом вы как будто осваиваете новый язык. А новый язык освоить – это, извините меня, развитие мозга очень серьезное. Осваивать новые гаджеты!

Я не призываю менять третьи «Айфоны» на четвертые, а четвертые на пятые – это, конечно, бред. Но на софте поэкспериментировать можно.



## **Двадцать четвертая привычка: «Психотерапия»**

Не направляю вас к психологу, хотя кому-то, может быть, тоже такой радикальный способ подойдет. Это, на самом деле, очень интересные люди, они решают не только проблемы больных, но и проблемы здоровых. Раньше почему было стыдно говорить о том, что ты ходишь к психологу или психотерапевту? Потому что он решал какие-то твои болезни – шизофрению застарелую, или какую-нибудь паранойю. Сейчас психотерапевты и психологи помогают вам развиваться как личности. Конечно, у психотерапевтов это получается лучше, чем у психологов. То есть: психотерапевты – это те люди, которые знают, патологии работают с ними, и вообще квалификация у них обычно выше, это медики. Поэтому психотерапевты – рассмотрите такой варианты. Сходите хотя бы на какой-нибудь открытый бесплатный или тестовый, одну консультацию возьмите у хорошего профи, это вам многое расскажет о вас. Взгляд со стороны.

Вдруг вы все-таки не хотите идти к психотерапевту, тогда я могу посоветовать вам книгу, которая построена на пяти кейсах, и которая лично мне по прочтении позволила избавиться о трех ненужных действий, которые я из года в год выполнял. Они оказались лишними, они оказались детскими, ненужными, и я их, в принципе, легко забросил, пнул с балкона десятого этажа мысленно, фигурально, и, в принципе, ничего от этого не потерял, зато сэкономил кучу времени, нервов и так далее. То есть, в принципе, оптимизировал свое психическое здоровье. Что это за книжка? Чудесная-расчудесная книжка называется «Бизнес и/или свобода. 10 000 заповедей для лидера», автор Ольга Лукина. В интернете есть отрывки из этой книги, и в интернет-магазинах она еще, по-моему, в электронном виде недоступна, она доступна в печатном виде, можно заказывать. Очень хорошая, вставляющая книга. Не только для меня, но и по отзывам, когда я давал ее почитать, мне говорили: «Вот это то, что мне нужно было сейчас, в данный момент». Люди «на данный момент» что имели в виду? Когда им уже за двадцать пять, когда они что-то там в себе переоценивают, и, обычно, под Новый год она пришлась. То есть: новый год – с новыми планами после такой книжки идти вообще интереснее.

## Последняя привычка на сегодня: «Секс»

Эта привычка будет немного странной, но это я вам говорю, как несостоявшийся секс-гид. Называется привычка «Экспериментируйте в сексе». Не только в количестве, но и даже лучше в качестве. То есть: новые фишки, новые приколы с тем же партнером. Что это дает? Вообще давно известно, что налаженная личная жизнь автоматически приводит вас к нормализации жизни общественной и нормализации бизнеса. То есть: если приходит человек на работу, и она нервничает, рвет и мечет, значит, скорее всего, у него именно «там» ночью были какие-то неполадки. А если «там» все хорошо, то человек спокойный, у него все отлично, и он креативит лучше, он на мир смотрит по-другому: спокойнее, взвешеннее и интереснее.

На эту тему даже есть очень интересный семинар. По-моему даже две аудио-книги можно в интернете выудить бесплатно. Парня зовут, который это все проводит отдельно для мужчин и отдельно для женщин Алекс Мей... Я у него побывал, и, я вам скажу, это клевая штука. Вот его сайты – <http://soblaznila.ru/> (для женщин) и <http://sexualmastery.ru/>, а также <http://alexmay.msk.ru/> (для мужчин).

Это был заключительный совет из разных умений. Как вы видите, разных умений двенадцать, они превосходят по количеству клиентские умения и профессиональные умения, но, поверьте, это самые важные умения, на мой взгляд.

## Заключение

Пиарщика можно сравнить с универсальным солдатом, как Дольф Лундгрэн с кучей пулеметов. Можно сравнить с боксером, который знает удары справа, слева, хук, знает, как защищаться, что применительно к информационным вещам. И пиарщика можно сравнить с разведчиком-нелегалом. То есть: человек в новой сфере, в новой стране, осваивается, строит свою коммуникацию с нуля. Так вот, освоив все эти привычки, вы приблизитесь к этим образам универсального солдата, боксера-профессионала, быть и уметь порхать и жалить, как надо, и разведчик-нелегал, то есть будете чувствовать себя в любой среде своими.

Вот такие двадцать пять привычек сделают вашу жизнь пиарщика, и вообще человека, ярче, интереснее и веселее. На этом обязательная часть закончена!

## Консультация

У автора можно взять частную консультацию. Стоимость [3] 5 тыс. руб. в час. По скайпу – 2 тыс. руб.

Обращайтесь по следующим контактам.

+7(495)723-68-55 | [rm@msk-pr.ru](mailto:rm@msk-pr.ru) | skype: prmaslennikov

## Из отзывов

...

*...Меня уже сложно чем-то удивить, но, тем не менее, я стараюсь по возможности слушать коллег по цеху и перенимать их опыт. Роман охотно делился секретами своей успешной работы и приводил примеры известных пиарщиков и других людей, добившихся определенных успехов в жизни. По словам Романа, пиарщики должны постоянно расширять сферу своих познаний. Каждый человек может с успехом вести свой блог, изучать иностранные языки, развивать навыки ди-джея, ходить на курсы актерского мастерства и др. Новые знания и навыки пригодятся не только в работе, но и в повседневной жизни. Мне понравились его практические кейсы по общению с клиентами и рекомендации по налаживанию контактов с журналистами.*

*Константин Базаров*

...

*...Для меня, как только начинающей карьеру PR-специалиста, было полезно узнать, на что именно направить свое внимание. Четко выстроена структура – очень удобно. Порадовали рекомендации полезных книг, фильмов и лекций. Успехов Вам!*

*Зарина Галлямова*

...

*...Для меня откровением стало то, чтобы новые навыки успешно работали в бизнесе – надо наладить*

*личную жизнь, нужно получить ученую степень, нужно научиться скорочтению.... Очень порадовала манера подавать материал просто и понятно.*

*Павел Осипенко*

Примечания

1

**<http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов  
– лекций о PR**

2

<http://prmaslennikov.livejournal.com/429023.html>

3

Цена действительна на момент – февраль, 2013.