

Будни пиарщика: «Пугать придется. Это эффективно»



Какие компетенции нужны PR-специалисту в крупном научном учреждении? Нужно ли пугать аудиторию? Как быть, если один и тот же вопрос задают в 20-й раз? В чем счастье пиарщика?

Эти и другие вопросы попали в центр внимания участников состоявшейся 9 ноября 2018 года встречи студентов кафедры «Реклама и связи с общественностью» Гуманитарного института СПбПУ, обучающихся основам научных коммуникаций, рекламе в международном сотрудничестве, связям с общественностью с опытным пиарщиком - Ириной Михайловной Столяровой, руководителем отдела по связям с общественностью ФГБУ «НМИЦ онкологии им. Н.Н. Петрова» Минздрава России.

Ежедневная работа гостьи - выпускницы Санкт-Петербургского института культуры и искусств - это смесь маркетинговых коммуникаций, журналистики, копирайтинга, вебмастеринга. Работа в НМИЦ онкологии имени Н.Н.Петрова, по ее признанию, учит ее любить жизнь. Жизненная позиция - оптимист, узнаваемый при знакомстве невооруженным глазом.

В послужном списке очень разные профили работы и структуры. Она занималась консультированием, маркетинговым, рекламным и PR-сопровождением, разработкой коммуникационных стратегий, медиа-планов, подготовкой рекламных статей, организацией публикаций о компании в СМИ в интересах аудиторско-консалтинговых групп, строительных и агропромышленных компаний. Работа в крупном лидерском научном медицинском центре, каким является НМИЦ онкологии имени Н.Н.Петрова, потребовала всех этих навыков, а также умения выстраивать отношения в треугольнике пиарщик-журналист-ученый.

Ирина Михайловна управляет четырьмя сайтами, ориентированными как на пациентов, так на профессиональное сообщество, студентов и аспирантов и широкую аудиторию, которую медики любят называть «условно здоровыми людьми». «Сайт, рассказывающий о заболеваниях, нам пришлось создать потому, что на просторах интернета трудятся миллионы копирайтеров, переписывающих изначально корректные с научной и медицинской точки зрения тексты с учетом форматов изданий и запросов аудитории. В итоге пациенты получают информацию с множеством искажений», - рассказала Ирина Михайловна.

Группа НМИЦ онкологии им. Н.Н.Петрова - это самая крупная среди схожих коммуникационных площадок государственных учреждений РФ. За три года она выросла с 800 до 12,5 тысяч участников. «В России 3,5 млн человек состоят на диспансерном учете в связи с онкологическими заболеваниями, 600 тысяч человек ежегодно впервые слышат диагноз «рак». Это наша целевая аудитория», - пояснила гостья.

Ясная коммуникационная стратегия Ирины Столяровой ложится на благодатную почву. Руководство центра уделяет информационной составляющей работы достойное место, о чем говорит, в том числе, и тот факт, что в колл-центре НМИЦ онкологии имени Н.Н.Петрова работают 10 человек, ежемесячно принимающие 30 тысяч звонков по 11 телефонным линиям, и еще 40 регистрирующие и администрирующие поток пациентов.

Пропаганда здорового образа жизни значится последней среди информационных задач центра. «Это задача не столько научного и медицинского учреждения, сколько государства и всего общества в целом», - пояснила гостья. Но и тут работа идет.

«Первоочередной задачей является информирование о научных разработках, но как не сказать о том, что курение провоцирует не только рак легких, но и около 30 видов рака», - отметила гостья.



Преподаватели, студенты бакалавриата и магистратуры кафедры PCO

Отвечая на вопрос из зала о том, как убедить целевую аудиторию в пользу скрининга, Ирина Михайловна рассказала об увязке между обнаружением рака и скринингом, существующей в ряде стран: «Например, в Австрии, если рак выявляют у человека, который подлежал скринингу, но не прошел его, то он оплачивает лечение не по страховке, а из собственного кармана». А некоторые лекарства стоят до 400 тыс долларов за инъекцию. На сознательно упрощенный модератором вопрос, нужно ли пугать целевую аудиторию был ответ: «Да. Страх - это эффективный способ воздействия на аудиторию».

Анализ массива запросов от целевой аудитории показывает бесконечное число повторяющихся запросов, на которые авторы ожидают уникальных ответов. «Приходится отвечать. С этой особенностью человека ничего не поделаешь», - говорит гостья, признавая, что есть запросы прямо анекдотического характера, когда к PR-специалисту обращаются с просьбой поставить диагноз по фотографии. Медицинское консультирование не является частью информационной работы. Это медицинская практика. Эти направления деятельности в НМИЦ онкологии им. Н.Н.Петрова жестко разграничивают.

На вопрос о том, в чем счастье PR-специалиста, Ирина Михайловна Столярова ответила: «Счастье - это когда твои задачи реализованы на 90%. Всегда с волнением ждешь, что будет в публикации СМИ, какой будет заголовок, ведь по широко распространенным правилам, даже при согласовании текстов журналисты не показывают заголовки. Ждешь, кто где «накосячил». «Косячат» все», - улыбается Ирина Михайловна. Она поделилась со студентами приемами успешной информационной работы. В их числе: быть всегда на связи. «Если вы один раз ответите журналисту в одиннадцатом часу ночи, что ваш рабочий день закончился, больше он не позвонит, вы потеряете контакт. Поле деятельности сузится. Наша работа практически круглосуточная», - призналась она.

Информационная работа в НМИЦ онкологии им. Н.Н.Петрова, в сравнении со многими другими научными организациями, имеет высокую скорость и плотность. Расширяется и команда. «Я ищу СММ-менеджера в нашу команду», - сообщила гостья уже по окончании встречи, не исключив, что этот человек был сегодня среди участников встречи.

Чтобы его найти, НМИЦ онкологии им. Н.Н.Петрова проведет экскурсию для студентов кафедры «Реклама и связи с общественностью», затем желающие из числа ее участники получают тестовое задание от Ирины Михайловны, успешно справившихся пригласят на индивидуальное собеседование. Интересная динамичная работа и достойная зарплата станут наградой победителю.

Заявки на участие в экскурсии можно подать в комментариях к посту, либо модератору встречи - преподавателю дисциплины «Основы научных коммуникаций» Натальи Николаевне Михальченко по адресу: vmnmm@yandex.ru