

Пиару учимся у профи: медиа-команда ФК «Зенит» дала мастер-класс в Политехе

Спорт есть в жизни каждого политехника, отличаются только степени вовлечения. Вот и студентам кафедры «Реклама и связи с общественностью» Гуманитарного института (ГИ) посчастливилось к нему приобщиться, посетив мастер-класс представителей самой дерзкой и яркой медиа-команды российского спорта – футбольного клуба «Зенит».



Современный PR уже невозможно представить без интернета – блоггинга, SMM, или маркетинга в социальных медиа. И сегодня уже любой пользователь соцсетей – сам себе СМИ, обладающий читателями, подписчиками и даже возможностью монетизации ресурса. Логично, что молодежь – и не только студенты профильных специальностей – интересуется возможностями новых технологий и тем, как применять методы пиара при продвижении онлайн. Чтобы помочь им в этом, в начале учебного года кафедра «Реклама и связи с общественностью» ГИ запустила образовательный проект для студентов «Лига идей». Он помогает начинающим рекламистам развивать креативные способности, создавать каналы на YouTube, снимать образовательный и развлекательный контент

для своих каналов, знакомиться с ведущими специалистами сферы PR и рекламы. В декабре мастер-класс для студентов Политеха провели представители самой дерзкой и яркой медиа-команды российского спорта – футбольного клуба «Зенит». (Напомним, что недавно Политех и ФК «Зенит» подписали [соглашение о сотрудничестве](#), а президент клуба и выпускник нашего вуза Сергей Александрович ФУРСЕНКО даже успел стать героем [спецпроекта #Мой_Политех](#), приуроченного к 120-летию университета.) Портал fc-zenit.ru входит в топ-20 самых посещаемых клубных сайтов планеты, а общая аудитория аккаунтов в соцсетях достигает около 3,5 миллиона пользователей – это лучший показатель в Восточной Европе. Так что нашим студентам-рекламщикам представилась возможность поучиться профессии у настоящих профи!

Егор КРЕЦАН – журналист по образованию и внештатный автор Forbes. До того, как стал директором по новым медиа в PR-департаменте «Зенита», работал в хоккейном клубе «Кузбасс», Союзе биатлонистов России, на Олимпийских играх в Сочи, в 2016-м жил в Нью-Йорке и учился спортивному менеджменту в Колумбийском университете. Второй спикер – Артем ПЕТРОВ, который из блогера превратился в шеф-редактора «Зенита». В 2009 году он завел блог на «Трибуне», где писал про прически футболистов. Спустя год его блог стал самым популярным пользовательским блогом «Трибуны». А в 2012-м Артем уже работал в ФК «Зенит», за который болеет с детства.

«Мы часто работаем в режиме творческого хаоса», – признался Артем ПЕТРОВ. Он поделился со студентами секретами коммуникации с футбольной аудиторией, PR-трендами, привел примеры работы в кризисных ситуациях. Егор КРЕЦАН рассказал о взаимодействии с конкурентами. «Зенит – это петербургский клуб, один из символов города, поэтому мы стараемся отражать ценности, которые близки и петербуржцам», – пояснил он.

Завкафедрой «Реклама и связи с общественностью» Ирина Рафаиловна ТРОСТИНСКАЯ поинтересовалась, имеют ли пиарщики «Зенита» свободу действий или им все-таки приходится сталкиваться с ограничениями. *«К некоторым вопросам приходится подходить аккуратно, – прокомментировал Егор КРЕЦАН. – Мы, например, не трогаем политику и подобные вещи. Но в целом большинство наших идей получается реализовать».*



Еще один коллега Егора и Артема – Денис ДЕНИСОВ, автор множества сюжетов и ведущий YouTube-канала «Зенит ТВ», дал полезные советы на тему создания контента для видео-блога. Также студентам привели примеры успешных кейсов, например, о том, как благодаря шутливой идее набрать 20 тысяч ретвитов. Вообще, как пояснили спикеры, без чувства юмора невозможно вести хорошие клубные социальные сети. Эта сфера предполагает если не умение шутить, то способность иронично воспринимать происходящее. А юмор – это один из способов выделяться в ленте новостей пользователей. Поэтому все самые яркие и удачные кейсы в основном связаны с иронией.

В качестве примера работы в кризисной ситуации Егор и Артем напомнили нашумевшую историю про крышу нового стадиона и бакланов. Грамотный пиар помог нивелировать негатив и даже найти в нем почву для креатива. Шуточные навигационные стенды на стадионе в виде бакланов вызвали одобрение и поддержку аудитории. После лекции студенты долго не отпускали гостей, задавая им вопросы. А приятным бонусом для самого активного участника мастер-класса стало приглашение пройти стажировку в PR-департаменте «Зенита» и билеты на ближайший футбольный матч.

Материал подготовлен Медиа-центром по информации ГИ. Текст: Инна ПЛАТОВА

Дата публикации: 2018.12.19

[>>Перейти к новости](#)

[>>Перейти ко всем новостям](#)