

PR как катализатор роста: как сделать ваш маркетинговый бизнес заметным

Вы делаете крутой продукт, запускаете рекламу, пишете посты в соцсетях, но рынок всё ещё не воспринимает вас как лидера? Вас не цитируют, не приглашают на конференции, не включают в экспертные подборки?

При этом конкуренты регулярно мелькают в СМИ, их CEO выступают на отраслевых форумах, а вы всё чаще слышите от потенциальных клиентов: «А кто вы вообще?». Это не про качество бизнеса. Это про отсутствие PR.

Почему PR в маркетинге часто не дает результата

Рынок маркетинга и рекламы перенасыщен. Агентства, фрилансеры, платформы автоматизации, блогеры, продюсеры... Все кричат, что могут привести клиентов. Но доверяют единицам. Тем, кто на виду. Тем, кого цитируют. Тем, чья экспертность подтверждается внешне.

Ошибка №1: PR = одна-две публикации

Одной публикации недостаточно. PR – это не вспышка, а система: регулярные экспертные колонки, комментирование инфоповодов, коллаборации, кейсы.

Ошибка №2: Нет стратегии, только хаос

Публикация в непрофильном блоге, случайный комментарий в Telegram-канале — это не PR. Это шум. Без редакционного плана, цели и метрик это не приводит к результату. О том, как даже легкий юмор и нестандартный подход могут работать на бренд — читайте в статье [«Смех в мире маркетинга, и это прекрасно!»](#).

Ошибка №3: Говорим о себе, а не о клиентских болях

Если вы только транслируете «мы классные», никто не слушает. PR работает тогда, когда вы решаете чужие задачи своим опытом.

Тренды PR в маркетинговой сфере: что работает сегодня

Рынок маркетинга и digital-услуг становится все более конкурентным. Клиенты перестают выбирать «по рекламе» и все чаще ориентируются на репутацию и публичность эксперта. Если вас не цитируют, не упоминают в СМИ и не зовут на отраслевые мероприятия — вы просто не существуете в инфополе. PR становится не дополнением к маркетингу, а его необходимым усилителем.

Ниже — ключевые тренды PR-продвижения в нише маркетинга и рекламы, которые помогают агентствам и специалистам продавать дороже, масштабироваться и выходить в премиум-сегмент.

Тренд	Что делать?
Клиенты выбирают личные бренды, а не агентства-«призраки» Люди доверяют конкретным экспертам, а не логотипам. Публичность усиливает доверие и повышает конверсию в заявки.	– Продвигать основателя/ведущих экспертов как лицо бренда – Давать интервью, писать колонки, запускать авторский Telegram-канал или YouTube
Маркетологи с сильной медийностью могут устанавливать более высокие цены, так как публичность усиливает доверие и формирует экспертность	– Добиваться упоминаний в авторитетных изданиях – Создавать инфоповоды: кейсы, исследования, тренды – Участвовать в подкастах и экспертных интервью
Публикации в СМИ не только увеличивают узнаваемость, но и улучшают позиции в поисковых системах. Это не просто имиджевая история, а обязательный инструмент роста. Подробнее рассказали в статье “Почему PR — это не роскошь, а необходимость для бизнеса”	– Добавлять ссылки на сайт в публикациях – Оптимизировать статьи под ключевые запросы
Маркетинговые материалы должны быть понятны не только коллегам по цеху, но и предпринимателям, принимающим решения	– Объяснять сложные термины простым языком – Использовать инфографику, метафоры и реальные кейсы – Давать конкретные цифры, понятные выводы
Клиенты все чаще выбирают контент в формате коротких видео и аудиоразборов	– Запускать серию Reels/Shorts, где разбираются кейсы – Вести Telegram-канал или подкаст с экспертным контентом – Делать видеокomentarии по новостям отрасли

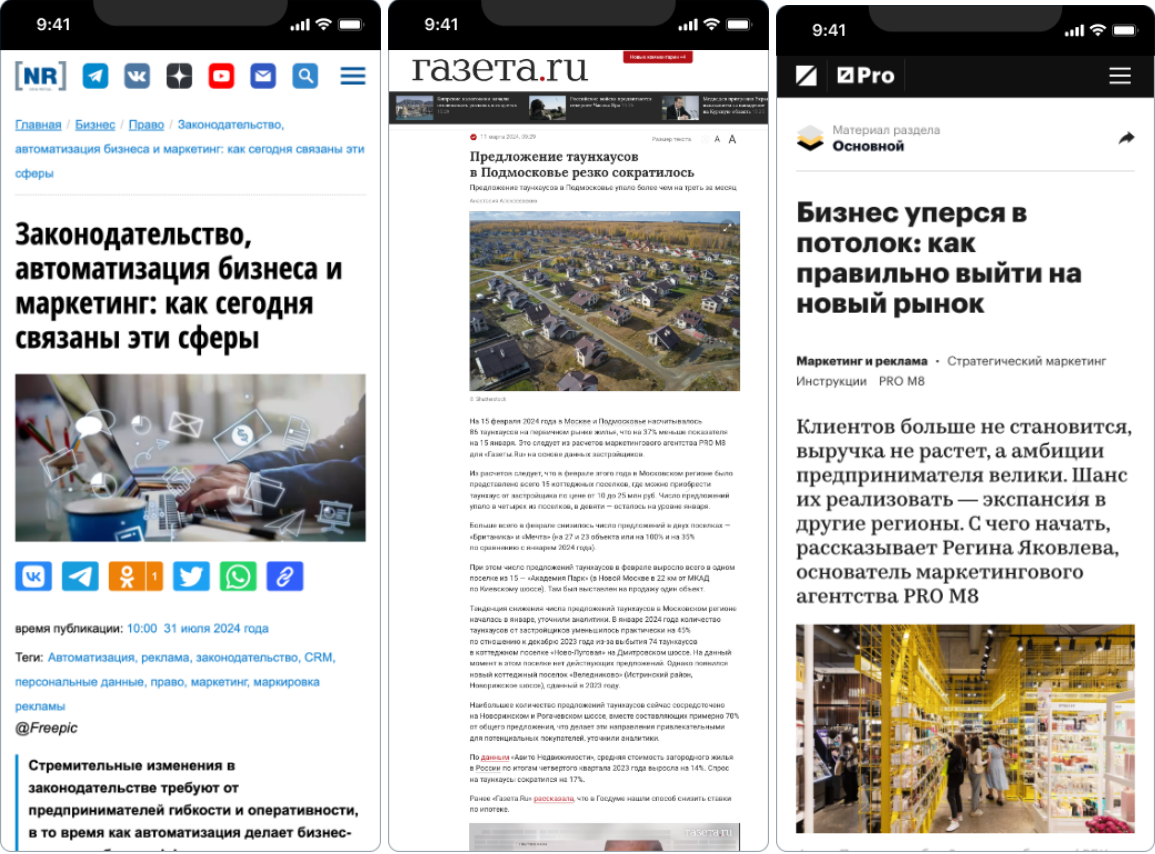
Как PR увеличивает доход — PR-кейс в маркетинговой нише

Компания работала с крупными брендами, запускала успешные кампании и показывала измеримые результаты. Но в инфополе — тишина. Клиенты оставляли восторженные отзывы, но новые обращения поступали вяло. Конкуренты регулярно появлялись в бизнес-СМИ, делились кейсами и набирали охваты. А наш клиент, несмотря на сильную экспертизу, оставался «за кадром».

Результат PR-кампании юридической фирмы

полученный одним из наших клиентов в маркетинговой сфере после 6 месяцев работы по PR-сопровождению:

Проблемы	Решение	Результат
Эксперт в маркетинговой сфере, но остается малоизвестным, несмотря на опыт и успешные кейсы	Организованы публикации в ведущих деловых и профильных изданиях	Охват более 2 900 000 человек
Нестабильный поток клиентов, низкое количество заявок	Развит личный бренд через PR: публикации, интервью, участие в обсуждениях актуальных тем	119 подтвержденных целевых заявок из материалов в СМИ и блогах
Потенциальные клиенты не доверяют, так как недостаточно публичного подтверждения экспертизы	Подготовлены экспертные статьи с разбором сложных маркетинговых вопросов в доступной форме	Количество брендовых запросов в поиске выросло на 34% (год к году)
Недостаточная узнаваемость, слабая вовлеченность аудитории	Упоминания в ключевых отраслевых и деловых СМИ, а также активное распространение материалов через информационные партнерства	Дополнительно 24 000 переходов на сайт (год к году)
Сложности с позиционированием и выходом на аудиторию премиум-сегмента	Усилена репутация бренда за счет медийного присутствия и экспертного контента	Повышение среднего чека на 13%



Пример публикации в NR, ГАЗЕТА.ru, РБК Pro нашего клиента на регулярном PR-сопровождении

Профильные издания для публикаций и PR-продвижения в сфере маркетинга

Что вы получите от PR в маркетинговой сфере, работая с PR PANDA

- **Публикации в топовых СМИ** — ваш бренд увидят тысячи потенциальных клиентов.
- **Рост доверия** — PR формирует репутацию, а репутация приводит клиентов
- **Выход на новую аудиторию** — вас начнут обсуждать, цитировать, репостить
- **Системный PR** — не просто разовые публикации, а выстроенная стратегия продвижения
- **Измеримые результаты** — рост трафика, заявок

Что делать, если нет времени на PR

Если у вас нет времени заниматься PR самостоятельно, это не значит, что о вас не должны узнать. Доверьте продвижение профессионалам – нашей команде PR PANDA, и сосредоточьтесь на работе с клиентами. Узнайте, почему PR не обязательно должен быть дорогим и сложным процессом в [нашей статье](#).

Почему выбирают нас?

- **Работаем с ведущими СМИ** (Forbes, РБК, «Ведомости» и др.).



Коммерсантъ

- **Запускаем PR-кампании под ключ** – от инфоповодов до публикаций.
- **Результаты уже через 30 дней** – рост упоминаний, трафика и заявок.