

Почему IT-бизнес теряет деньги без PR-продвижения

Вы — разработчик уникального софта, системный интегратор или IT-аутсорсер с сильной командой и крутым портфолио. Но почему тогда одни компании стабильно получают лиды из медиа и приглашаются на конференции, а у вас нет такого потока заявок? Ответ прост: они работают над своим PR, а вы — нет.

В 2025 году недостаточно быть «самым умным в комнате». Нужно быть узнаваемым. Видимым. Доверие сегодня формируется не в кулуарах — оно начинается с поисковика и продолжается в публикациях СМИ, экспертных колонках, интервью и кейсах.

В этой статье разберем, как PR-продвижение помогает привлекать клиентов, увеличивать доход и формировать доверие. А также — разберем реальные кейсы, доказывающие эффективность грамотного PR.

Почему PR в IT-индустрии может не давать результата

Если вы уже пробовали продвигать компанию через PR — размещали статьи в СМИ, пытались продвинуть сотрудников как экспертов, но это не дало результата, скорее всего, были допущены ошибки. Разбираем три ключевые проблемы, из-за которых PR в IT может не работать.

Ошибка 1: PR ≠ реклама

Многие IT-компании путают PR с прямой рекламой. А это разные инструменты. Реклама продаёт. PR формирует доверие и закрепляет ваш статус как эксперта.

Ошибка 2: Коммуникации “по шаблону”

У большинства IT-компаний контент звучит одинаково: дежурные пресс-релизы, стандартные описания “о компании”, нейтральные новости без изюминки. Такой стиль не запоминается и не формирует доверия.

Ошибка 3: Публикации без стратегии

Разовые статьи в блоге ≠ PR. Это — контент-маркетинг. А нужен PR-подход: последовательные действия, которые укрепляют репутацию.

Ошибки в PR-стратегии могут свести на нет все усилия. Узнайте, как избежать этих проблем и сделать PR действительно эффективным в статье [“Как сделать так, чтобы о вашем бренде писали бесплатно”](#).

PR-тренды в IT-сфере: что работает сегодня

IT-рынок становится всё более насыщенным: появляются десятки похожих решений, а покупатель становится требовательнее. B2B-клиенты больше не ориентируются только

на технические характеристики — им важно, кому они доверяют, насколько компания публична, понятна и вовлечена в повестку рынка.

Какие PR-инструменты реально работают сегодня? Ниже — ключевые тенденции, которые формируют медиаприсутствие IT-компаний и влияют на бизнес-результаты.

Тренд	Что делать?
B2B-клиенты доверяют экспертам, а не безликим брендам. Личность основателя или СТО часто решает больше, чем сайт	– Развивать личные соцсети, комментировать актуальные темы, публиковаться в СМИ – Публиковаться от лица экспертов в деловых и профильных медиа
Публичность усиливает доверие. Компании с сильной медийностью закрывают сделки быстрее и дороже	– Регулярные публикации в авторитетных изданиях – Участие в конференциях и подкастах как спикер
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
Контент должен быть полезным и "говорить с болью". Продажные тексты не работают — людям нужны инсайты, практические кейсы и решения проблем	– Писать аналитические статьи: сравнение решений, выгоды, ошибки при внедрении – Рассказывать кейсы: до/после, ROI, цифры, процесс
Топ-менеджмент всё чаще выбирает видео и подкасты — удобно слушать "в пути"	– Запускать подкасты с экспертами отрасли – Делать короткие видео с разбором решений

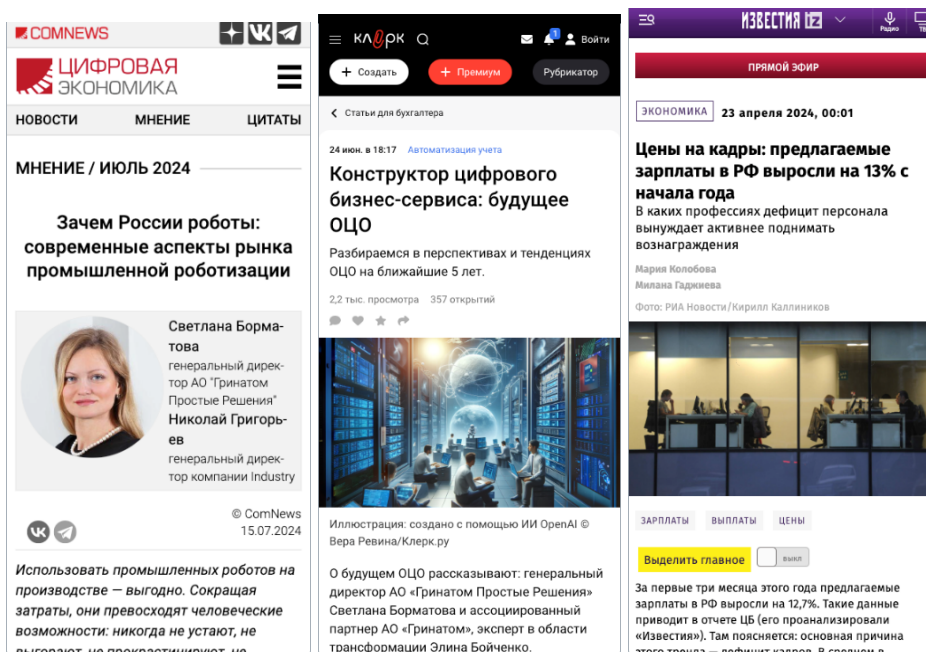
Как PR увеличивает доход — PR-кейс IT-бизнеса

Один из наших клиентов — IT-компания — столкнулась с типичной ситуацией: команда разрабатывала мощные решения в сфере промышленной автоматизации, роботизации и цифровизации бэк-офисных процессов (бухгалтерия, налогообложение, бюджетирование, казначейство, HR), но рынок о ней практически не знал. Несмотря на высокую технологичность и стратегическую значимость продукта (в том числе в рамках импортозамещения), узнаваемость компании оставалась низкой, а PR-коммуникации были разрозненными и не системными.

Результат PR-кампании в IT-сфере

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

Проблемы	Решение	Результат
Низкая узнаваемость IT-продукта на фоне конкурентов	Организованы публикации в отраслевых и деловых изданиях	Охват более 4 000 000 человек
Слабая идентификация бренда на рынке	Развит личный бренд продуктовых и технических лидеров через экспертные колонки, интервью и профильные мероприятия	160 подтвержденных целевых заявок из материалов в СМИ и блогах
Клиенты не доверяли продукту, так как не видели его в авторитетных источниках	Подготовлены кейсы внедрения и экспертные статьи о цифровизации бэк-офиса, импортозамещении и роботизации	Количество брендовых запросов в поиске выросло на 40% (год к году)
Недостаточная вовлечённость и слабое digital-присутствие	Активное продвижение через Telegram-каналы, интервью с экспертами, статейных рубрик	Дополнительно 30 000 переходов на сайт (год к году)
Сложности с позиционированием в сегменте госкорпораций и крупных предприятий	Создана PR-стратегия: публичные кейсы и медиаприсутствие на тему импортозамещения	Повышение среднего чека на 18%



Пример публикации в Цифровой Экономике, Клерк, Известия iz нашего клиента на регулярном PR-сопровождении

Профильные издания для публикаций и PR-продвижения в IT-индустрии

	CNews
	TAdviser
	Хабр
	ComNews
	Digital Russia

Что вы получите от PR в IT-сфере, работая с PRPanda

- **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 PRPanda, 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.