

**МАКСИМ  
БЕХАР**

*„Изключителен пътеводител...“*  
- Пол Холмс, The Holmes Report

**СВЕТОВНАТА**

**PR**



**РЕВОЛЮЦИЯ**

Как **умните** лидери успяват  
В света на променящия се PR

enthusiast

The Global PR Revolution: How Thought Leaders Succeed in the  
Transformed World of PR

Maxim Behar

Copyright © Maxim Behar, 2020

Световната PR революция

Как умните лидери успяват в света на променяния се PR

© Иван Маринов, превод, 2020

© Яна Георгиева, дизайн на корицата, 2020

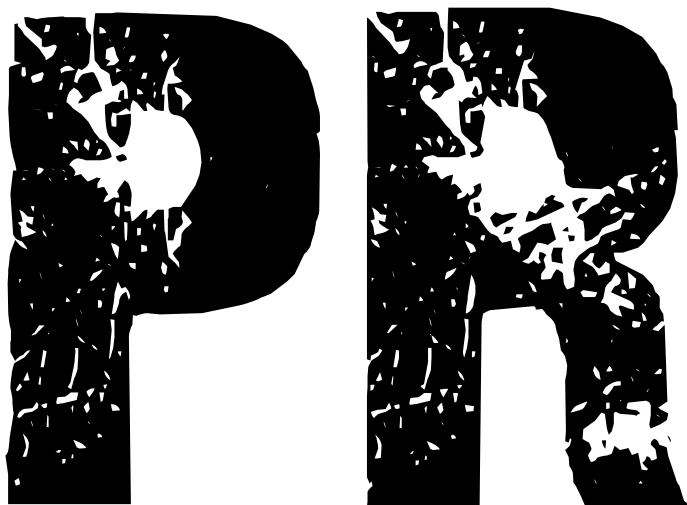
© „Алто комюникейшънс енд пбблишинг“ ООД, 2020

enthusiast

Запазена марка на „Алто комюникейшънс енд пбблишинг“ ООД  
ISBN 978-619-164-349-3

МАКСИМ  
БЕХАР

СВЕТОВНАТА



РЕВОЛЮЦИЯ

enthusiast

София, 2020

# СЪДЪРЖАНИЕ

## НЯКОЛКО ДУМИ КЪМ БЪЛГАРСКИТЕ ЧИТАТЕЛИ

### ВЪВЕДЕНИЕ

PR-ът в дните на революциите

### ГЛАВА 1 | PR РЕВОЛЮЦИЯ 101

Новата нормалност

на социалните медии

От кризисна към повратна точка: случаят „Бел Потингър“  
(Bell Pottinger)

Традиционните медии – от застрашен до изчезващ вид

Винаги готов: правилото за реакция в рамките на по-малко от  
10 минути

Представата за „креативния лъжец“ – също обречена на  
изчезване

От PR към „... на живо ...“

От измерителни линейки към

по-адекватни методи за измерване

Културни различия или подкупна журналистика?

Глобалното сливане: ще господства PR-ът

### ГЛАВА 2 | ВЪВ ВИХЪРА НА РЕВОЛЮЦИЯТА

Как влязох в PR бизнеса

PR: Определяне на определенията

Как да изпъкнем в създаването на новини

Проблемите на медиите и „вината“ на PR-а

PR, а не пропаганда

Какво остана от старата школа

в PR-а?

За здравето и достойнството

### ГЛАВА 3 | РЕВОЛЮЦИЯТА: ГЕРОЙСКИ ЗАГИНАЛИТЕ

Смъртта на Прессъобщението

Смъртта на пресконференцията

Когато социалните медии „надцакаха“ интернет

Заразяване – епидемия – пандемия

Войната с рекламния бизнес

Да обърнеш публичните комуникации с главата наолу: сър



Мартин Соръл

## **ГЛАВА 4 | СВЕТОВНАТА PR РЕВОЛЮЦИЯ: ЕДИНСТВЕНАТА ДОСЕГА!**

„Предишният живот“ на PR-а

Първата истинска революция в PR-а

Тезата за Световната PR революция и недоволните от нея

## **ГЛАВА 5 | ЕПОХАТА НА ПЪЛНАТА ПРОЗРАЧНОСТ (ПП)**

Прекрасният нов прозрачен свят

Основи на ПП

PR-ът: по-малко елитарен от всякога

Злоупотребите с ПП

Един много по-добър бизнес

Силата на уменията да разказваш истории

## **ГЛАВА 6 | МЕДИИ ОТВЪД МЕДИИТЕ**

Обективирани от новините

Кой притежава медиите?

Истинска криза

Репутацията: да изчезне за 15 секунди!

PR катастрофи в ерата на социалните медии

Какъв трябва да бъде PR експертът

Модерни PR инструменти: интерактивният инструмент на АМЕС

Барселонските принципи 2.0: разработване и подробни промени

Декларацията от Хелзинки

Традиционният политически PR е мъртъв!

PR в стила на Тръмп

Брекзит и ЕС: манипулация и неспособност

Ограничаването на Facebook: грешното лекарство за болестта на фалшивите новини!

Показания на Марк Зукърбърг пред американския Конгрес

Професор Скот Фалман (Scott E. Fahlman), изобретателят на емотикона „Смайли“, за новата среда

## **ГЛАВА 7 | БИЗНЕСЪТ СЛЕД РЕВОЛЮЦИЯТА**

Преобразяването на PR офиса

PR експерти Или редактори?

PR езикът – разбираме ли го?

Как да въздействаме на хората днес?

Тенденции във вътрешните PR отдели на клиентите: химия или липсата на такава

Когато малкото е по-голямо от голямото

Скорост, семплост, самоувереност: това е правилото!

Топ 10 думи в световната PR революция!

Нови инструменти, стари ценности

Измерването: по-лесно от всякога!

Рисковете: по-големи от всякога!

PR бизнесът има нужда от хора „с искри в очите“: интервюто на Максим Бехар за The holmes report

### **ГЛАВА 8 | PR РЕВОЛЮЦИЯТА - РЕГИОНАЛНИ СЪВЕТИ**

Световните региони

Честността в медиите

Образованието днес: университетът

на живота

### **ГЛАВА 9 | ПОСТРЕВОЛЮЦИОННОТО/ВСЕ ПО-РЕВОЛЮЦИОННО БЪДЕЩЕ**

Бъдещето на (социалните) медии и бъдещето на PR-а

Изкуственият интелект в PR-а

Софтуерът или човешкият мозък: Вие избирате (докато още можете)!

# НЯКОЛКО ДУМИ КЪМ БЪЛГАРСКИТЕ ЧИТАТЕЛИ

Обичам да пиша кратко и ясно. Не понасям дългите безсмислени изречения и затова ерата на социалните медии е моето любимо време. Сигурен съм – и вашето.

Имам точно двайсет и пет години опит в този прекрасен бизнес, наречен Public Relations, но двете ми години като президент на Международната PR организация (International Communications Consultancy Organisation – ICCO), двете години преди това като Вицепрезидент и трите години като ковчежник ми дадоха изключително богат опит относно промените в този бизнес в световен мащаб. Трябваше да споделя опита си или поне да кажа моята гледна точка за това, което се случва в тази сфера в наши дни. Ето защо книгата бе публикувана първо в Съединените щати, родината на този красив и толкова динамичен бизнес, но знаков факт е, че България е първата страна, в която книгата излиза на език, различен от английския.

По-важното обаче е друго – наблюдавайки промените в световен мащаб, мога категорично да кажа, че почти всяка една от тях важи и за пазара в България. От една страна – не чак толкова голяма държава, трудно събуждаща се от летаргията на близо половин век централизирана икономика и много плахо и непохватно усвояваща уроците на пазарната. От друга обаче – дом на млади, госта мотивирани и амбициозни хора, готови да се учат от най-добрите, да прилагат това, което са видели в другите държави и компании, и да мерят силите си със свои конкуренти от госта по-развитите пазари. В този смисъл съм щастлив, че мога да работя в България и да правя нещата така,

както едва ли бих правил в доста по-подредените и по-развити гържави.

Public Relations бизнесът наистина претърпя невероятно силно и много динамично развитие през последните няколко години и наблюдавайки внимателно тези промени в десетки гържави по целия свят, съм убеден, че те заслужават внимателен и малко по-дълбок анализ. Използвам гумата „малко“ поради факта, че дори сега, когато четете тези редове, много от нещата може би вече ще са се променили. Разбира се, най-важната, лесно предвидима и все пак невероятно бърза промяна беше в собствеността на медиите. Ние, които помним този бизнес отпреди двайсетина години, много добре знаем колко бяха важни медиите, за да можем да работим добре и успешно за нашите клиенти. Сега вече ние самите, нашите клиенти и още няколко милиарда души по света имат в ръцете си медии и се опитват да боравят с тях, сякаш са главни редактори, от които зависи всичко. Малко са обаче онези, които успяват. Защо? Надявам се да намерите отговора именно в тази книга.

В нея събрах мненията на 100 водещи PR експерти от 65 страни по целия свят. Тук ще прочетете какво имат да кажат световни лидери като сър Мартин Соръл и Пол Холмс, Дейвид Галахър и Елиз Мичъл, както и представители на малки – и на пръв поглед незначителни – пазари като Ботсвана, Виетнам, Молдова и много други. Според скромното ми мнение това е най-силната страна на книгата, рових се с месеци из онлайн пространството и не можах да намеря друго място, на което цялата тази палитра от мнения да е събрана накуп, и то доста прилично систематизирана.

Убеден съм, че сега в нашия бизнес се случва невероятно бърза и историческа революция и дори с четенето на тази книга вие участвате в нея.

Да ви е леко и приятно. Четенето и всичко друго, разбира се.

Максим Бехар

# ВЪВЕДЕНИЕ

## **Юли 2019, Лондон, Великобритания, класическо черно лондонско такси**

- К'во правиш бе, човек – шофьорът опитва да завърже разговор.

- Пиша книга.

- За какво?

- За връзки с обществеността, разбира се. Занимавам се с това от двайсет и пет години. Това е материята, която познавам добре.

- Браво, браво. Тогава пиши за всичко, което става в света днес. За всичко! За фалшивите новини, за черния PR, за блогърите, троловете, хейтърите... Пиши за Брекзит и за Тръмп... Само PR. Без политика, без бизнес, без човешки отношения. Просто PR. Знаеш всичко това по-добре от мен.

- Току-що резюмира книгата ми.

## **Октомври 1995, София, България**

Всичко се случи с един най-обикновен имейл. Само от няколко реда.

Преди два века би станало с писмо, донесено от ездач на кон. Преди век – с писмо по пощата, а преди няколко десетилетия – по факса.

Днес би могло да стане със съобщение във Facebook или Snapchat.

Но преди 20 години имаше съобщение в електронната ми поща. Кратко и ясно.

Г-н Бехар, в WPP чухме за работата Ви в България и се интересуваме от възможността за сътрудничество. Смятам, че Hill & Knowlton може да бъде Ваш партньор. Моля, свържете се с г-н Хауърд Пастър по този въпрос.

*Мартин Соръл*

Кой ли беше този човек?

Сегях в офиса си в центъра на София – миниатюрна стая с малко по-голяма кухня, в която беше бюрото на секретарката ми – и се опитвах да разбера кой е този Мартин Соръл. Тогава се обадих на Елка Колева, която управляваше офиса на Young and Rubicam в София, и я попитах:

- Елке, чувала ли си името Мартин Соръл? Току-що получих странен имейл от него.

Елка притихна за около 30 секунди, след което много бавно изрече:

- Максим... Как така сър Мартин Соръл знае кой си ти, а ти не знаеш кой е той?

Разбира се, тогава не знаех и че 2018 г. ще бъде „годината на Мартин Соръл“. Както и че оставката му като главен изпълнителен директор на WPP, най-големия световен конгломерат в сферата на рекламата и маркетинга, ще преобърне целия корпоративен PR бизнес с главата надолу (поне такава е настоящата ми прогноза).

Действително – как така? Нямах представа, че този имейл ще промени живота ми, както и този на много други хора, а в известен смисъл – и на PR бизнеса в България.

А и навсякъде по света.

## **PR-ът В ДНИТЕ НА РЕВОЛЮЦИИТЕ**

„Ако бях попитал клиентите какво искат, те определено биха казали: по-бързи коне.“

— Хенри Форд, обяснявайки защо е изобретил т.нар. бърза поточна линия за производство на коли с бензинови двигатели

Хенри Форд ще бъде споменаван отново в тази книга, особено когато обсъждаме „заплахите“ от съвременните социални медии.

Започвах да пиша тази книга много пъти.

След това спирах и започвах отначало. В продължение на месеци. В самолета, на летището, в големи и

малки хотели, по време на форуми, конференции и конгреси. Понякога дори в малки кафенета, в компанията на влюбени двойки. Наблюдавах ги много, много внимателно, понеже бях и все още съм влюбен в безкрайно динамичния, всекидневно променящ се бизнес, наречен „пъблик рилейшънс“ – PR.

Какво ли ще бъде наименованието му утре?

PR-ът е всичко и навсякъде. PR-ът е царят и робът. PR-ът е онзи, който променя правилата на играта, и двигателят на революцията!

Действително – световната PR революция!

Причината, поради която започвах и спирах писането на тази книга отново и отново, беше, че бизнесът се променяше постоянно, и то толкова динамично, в рамките на дни, часове, минути, така че каквото и да напишех, изглеждаше вече остаряло.

Средата на PR-а се променя като максиметров апарат на високоскоростна магистрала и нямаше как да фиксирам цената – нито финансовата, нито творческата или комуникационната. Тя се сменя буквално всяка седмица, всеки ден, всеки час.

Когато четете тази книга, е много важно да знаете, че започвах да пиша и спирах, започвах пак, изтривах, добавях... Едва тогава разбрах категорично, че във времето на революцията на социалните медии точно това е същността на тази сфера, наречена „пъблик рилейшънс“ – най-динамичният, креативен и пленителен бизнес в света през последните две десетилетия.

И винаги ще бъде такъв – променящ се постоянно.

Вече над 10 години съм част от Международната организация на PR агенциите (International Communication Consultancy Organisation – ICCO) – най-голямата глобална организация в сферата на връзките с обществеността.

Като член на борда на ICCO, а след това като ковчежник, вицепрезидент и президент, имах възможността да проследя как PR революцията, предизвикана от социалните медии, се развиваше в над 50 държави.

Обсъждал съм я с колегите си, както и с техните клиенти и партньори. И все още го правя. Всеки ден, почти всеки час. Всяка минута дори.

През 2014 г. лекцията ми пред стотици експерти на Световния комуникационен форум в Давос, Швейцария, беше озаглавена „PR експертът никога не се предава“. Вярвам в това от първия момент в този бизнес през далечната 1994 г. и колкото повече време прекарвам в PR-а, толкова повече се убеждавам, че това е точно така. През следващата година организаторите на форума в Давос ме помолиха да направя подобна презентация, която кръстих „PR експертът никога не остарява“. Според мен в днешно време това улавя търсенията и стремежите на PR специалистите по целия свят.

С колегите PR експерти сме имали безкрайни спорове за начина, по който нашият бизнес всъщност се е променил. Цитирали сме кой какво казва в някоя презентация някъде си по света. Карали сме се, сдобрявали сме се и след това, след още няколко бутилки вино, сме постигали съгласие: това, което вършим днес в PR индустрията, няма много общо с това, което правихме вчера – и цялата тази промяна се дължи на социалните медии.

Не съм професионален писател (макар че първите ми три книги имат редица издания в голям брой държави), но прекарах повече от четвърт век в PR бизнеса. Време, в което съм разрешавал стотици кризи, управлявал съм почти 6000 проекта и съм се срещал с колеги от сферата на PR-а от най-малко 50 държави. Това ми даде силата да опитам да формулирам случилото се в нашия бизнес през последните няколко години, особено през 2017–2019 година.

Преди точно 100 години плюс две (историята понякога си прави подобни шеги) една политическа революция в Русия раздели света на два лагера.

За щастие, едно столетие по-късно PR революцията ще го обедини.



Как?

Просто е – с технологии и социални медии.

2017. Годината на чудесата за връзките с обществеността.

Първата година от ерата на „Господин номер 45“ (Доналд Тръмп) и последната от славата на Харви Уайнстийн – годината на най-големия PR бум в цялата история на този бизнес. Ще разберете защо по-нататък в тази книга.

Не съм сигурен как се озовах в PR бизнеса. Имам предвид времето, преди да получа имейла на Мартин Соръл и преди да се запозная с легендарния Терънс Билинг. Като поглеждам назад, осъзнавам, че всъщност винаги съм се стремял точно към този бизнес – дори в годините, когато беше немислим или непознат.

Когато бях на 15 години, публикувах десет броя на свой собствен квартален всекидневник, отпечатан на пишеща машина. По-късно защитих дипломна работа на тема маркетинг и реклама – първата дипломна работа на тази тема в историята на Пражкия университет по икономика. Това стана десет години преди крахът на комунизма да доведе до отворения пазар.

След близо 20 успешни години в журналистиката я напуснах, спомняйки си един цитат. Цитат, за който някой някога ми каза, че е от легендарния британски министър-председател Уинстън Чърчил. Макар никога да не успях да открия доказателство, че именно той го е казал, действително звучи в негов стил: **„Можеш да постигнеш много с журналистиката, но трябва да знаеш кога точно да се оттеглиш от нея“.**

Започнах бизнеса си в центъра на София сякаш по чудо. Не знаех какво се крие зад двете вълшебни букви PR, но осъзнавах, че публичните комуникации са моята любов, и след като веднъж се влюбих в тях, това бе завинаги.

Започнах бизнеса си пълен с идеи и енергия – неща, които днес притежавам в още по-голямо количество, но смятам, че всъщност никога не съм се отдалечавал от журналистиката.

За мен свободата на словото е безценна. Същото важи и за свободата на изразяване на мисълта и убежденията като изразяване на себе си, свободата да покажеш, че си различен, свободата да бъдеш силата, мотивираща хората около теб, и свободата да бъдеш мотивиран от успехите на другите.

Свободата на словото е майката на всички тези свободи в съвременната демокрация. Тази свобода е завладяла напълно новите комуникационни технологии.

Освен това тя до голяма степен е повлияла и на динамичното развитие на този великолепен и все по-малко предсказуем бизнес, все още известен с името връзки с обществеността (макар че това наименование едва ли ще се задържи още дълго).

Ако решите, че някои от идеите или аргументите в тази книга биха могли да бъдат представени по различен начин или обяснени с по-големи подробности или ако желаете да коментирате нещо, не се колебайте да се свържете с мен чрез социалните медии или да ми изпратите имейл на [max@maximbehar.com](mailto:max@maximbehar.com) със заглавие „PR революцията“.

Очаквам с нетърпение Вашите мисли.

До скоро. Надявам се, много скоро.

Максим Бехар  
август 2019 г.