

Περιεχόμενα

Πρόλογος επιστημονικού επιμελητή	11
Προοίμιο	13
Πρόλογος	17
Γιατί ολοκληρωμένες καμπάνιες; Γιατί τώρα;.....	17
Οργάνωση του βιβλίου.....	19
Ευχαριστίες	25
Εισαγωγή: Διεξαγωγή εκστρατειών στο πλαίσιο του τμήματος δημοσίων σχέσεων	27
Θεωρίες και αρχές των δημοσίων σχέσεων.....	29
Μοντέλα εφαρμογής δημοσίων σχέσεων.....	37
Μοντέλα σχεδιασμού δημοσίων σχέσεων.....	39
Συμπεράσματα.....	42
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	43
Όροι κλειδιά.....	43
Μελέτη περίπτωσης: Community flow yoga.....	44
1 Εισαγωγή στις Ολοκληρωμένες καμπάνιες	45
Ανάγκη νέων μοντέλων σχεδιασμού δημοσίων σχέσεων.....	46
Τα έξι βήματα της μεθόδου Rostir.....	48
Η αξία των μοντέλων σχεδιασμού των δημοσίων σχέσεων.....	49
Διαφορετικότητα – μια πρώτη προσέγγιση.....	52
Συμπεράσματα.....	58
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	58
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	59
Μελέτη περίπτωσης: Εισαγωγή στην Community flow yoga.....	59
Μελέτη περίπτωσης: Το μήνυμα της Ambev για «υπεύθυνη κατανάλωση».....	61
2 Στρατηγικής Επικοινωνίας Εκστρατείας	73
Η σημασία του στρατηγικού σχεδιασμού.....	76
Στοιχεία ενός στρατηγικού σχεδίου.....	79
Συνθέτοντας τα στοιχεία της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδίου.....	88
Συμπεράσματα.....	89
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	90
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	90
Μελέτη περίπτωσης: Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης της Community flow yoga.....	90
Μελέτη περίπτωσης: [unlabeled] TM [χωρίς σήμανση].....	91

3 Κατανοώντας το μοντέλο PESO	99
Ορισμός του μοντέλου PESO.....	100
Πότε πρέπει να χρησιμοποιείται κάθε μέσο επικοινωνίας του μοντέλου PESO;.....	104
Συνεχής ενσωμάτωση.....	112
Συμπεράσματα.....	113
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	114
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	114
Μελέτη περίπτωσης: Εφαρμογή του μοντέλου PESO στον οργανισμό Community flow yoga.....	114
Μελέτη περίπτωσης: Η Βίβλος του ταμπόν.....	115
4 Έρευνα, Μέρος 1: Διάγνωση και αναπτυξιακή έρευνα	121
Αναπτυξιακή έρευνα: Διάγνωση του προβλήματος και/ή ευκαιρίας.....	123
Έρευνα και μέτρηση των προκλήσεων/ευκαιριών.....	126
Ορολογία και τεχνικές έρευνας.....	129
Δεδομένα.....	129
Διεξαγωγή έρευνας.....	131
Συμπεράσματα.....	146
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	146
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	147
Μελέτη περίπτωσης: Έρευνα ανταγωνισμού, κοινοτήτων και εμπειρίας πελατών στην Community flow yoga.....	147
Μελέτη περίπτωσης: Μια νέα εποχή για την Barbie.....	148
5 Έρευνα, Μέρος 2: Στόχοι	157
Κατανόηση ενός οργανισμού και των στόχων του.....	159
Η διαδικασία ορισμού στόχων.....	161
Διατυπώνοντας τους στόχους.....	167
Προκλήσεις σε επίπεδο καθορισμού στόχων.....	170
Συμπεράσματα.....	171
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	172
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	172
Μελέτη περίπτωσης: Η flow yoga θέτει επικοινωνιακούς στόχους.....	172
Μελέτη περίπτωσης: Burger King – να είστε ο εαυτός σας.....	173
Η εκστρατεία συνεχίζεται.....	177
6 Στόχοι	179
Πώς προκύπτουν στόχοι υψηλής προστιθέμενης αξίας;.....	180
Διαχείριση βάσει στόχων.....	181
Σύνδεση στόχων με τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη.....	190
Συμπεράσματα.....	194
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	196
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	196
Μελέτη περίπτωσης: Καθορισμός μετρήσιμων στόχων για την Community flow yoga..	196
Μελέτη περίπτωσης: Προσεγγίζοντας το κίνημα Heforshe και την ισότητα των φύλων υπό ένα νέο πρίσμα.....	197

7 Στρατηγικές	207
Επιλέγοντας το κατάλληλο κανάλι επικοινωνίας: Το μοντέλο PESO.....	208
Πώς επικαλύπτει το μοντέλο τα μέσα επικοινωνίας.....	215
Η σωστή προσέγγιση του ενδιαφερόμενου κοινού.....	218
Αξιοποιήστε τα δυνατά σημεία και τους πόρους του οργανισμού σας.....	225
Το ανταγωνιστικό τοπίο.....	228
Συμπεράσματα.....	230
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	230
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	231
Μελέτη περίπτωσης: Επιλογή καναλιού επικοινωνίας για την προσέλκυση πιθανών μελών για την Community flow yoga.....	231
Μακροχρόνια θετική επίδραση: Πανεπιστήμιο Ουάσιγκτον στο Σεντ Λούις.....	232
8 Τακτικές	243
Οι προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται σε επίπεδο τακτικών.....	245
Η συμπερίληψη στο πλαίσιο της ανάπτυξης μηνυμάτων.....	265
Συμπεράσματα.....	266
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	267
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	267
Μελέτη περίπτωσης: Προσδιορισμός των βέλτιστων τακτικών για την Community flow yoga.....	268
Μελέτη περίπτωσης: Το PEEPS® μετράει αντίστροφα για ένα γλυκό νέο έτος.....	268
9 Υλοποίηση εκστρατειών δημοσίων σχέσεων	275
Βασικές δεξιότητες για την υλοποίηση εκστρατειών δημοσίων σχέσεων.....	276
Προετοιμασία για αλλαγή.....	290
Συμπέρασμα.....	293
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	294
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	294
Μελέτη περίπτωσης: Η Community flow yoga συναντά απρόσμενες ευκαιρίες και εμπόδια.....	294
Μελέτη περίπτωσης: Η καινοτομία δημιουργεί ηγέτες – Κοινωνική εκδήλωση πωλήσεων μπισκότων από το γυναικείο τμήμα των προσκόπων.....	295
10 Αναφορά και αξιολόγηση	303
Αξιολόγηση της εκστρατείας σας.....	305
Η κατάρτιση αναφορών για μια εκστρατεία.....	312
PESO: Ειδικά θέματα αναφοράς.....	318
Συμπεράσματα.....	322
Ερωτήματα κριτικής σκέψης.....	323
Βασικοί όροι κεφαλαίου.....	323
Μελέτη περίπτωσης: Αναφορά αποτελεσμάτων – Ετήσια συνάντηση του Οργανισμού Community flow yoga.....	323
Μελέτη περίπτωσης: Η συνεχής δέσμευση της HP στην επίτευξη της ευεξίας σε παγκόσμιο επίπεδο.....	324

11 Διαμορφώνοντας μια ολοκληρωμένη εκστρατεία	331
Οδηγός στρατηγικού σχεδιασμού βάσει του μοντέλου Rostir.....	331
Πρότυπο πρότασης PRSA IPA.....	342
Αναφορές προς τους πελάτες.....	347
Ανάπτυξη ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος των πελατών σας.....	350
Σχέδιο επικοινωνίας σε περίοδο κρίσης.....	352
Παράρτημα	357
Θεματικές.....	357
Έρευνα.....	358
Στόχοι.....	371
Στρατηγικές.....	375
Τακτικές.....	377
Γλωσσάρι όρων	391
Σχετικά με τους Συγγραφείς	409
Ευρετήριο όρων	411