

# PR-самоаудит для консалтинговых компаний

## Блок 1. Позиция и фокус

1. Можете ли вы одним предложением сформулировать, *чем вы отличаетесь от других компаний на рынке?*  
 да  нет
2. Есть ли у вас чётко зафиксированная роль компании на рынке (эксперт, интегратор, методолог, оператор, партнёр)?  
 да  нет
3. Совпадает ли то, как вы себя позиционируете, с тем, как о вас говорят клиенты?  
 да  не уверен(а)  нет

## Блок 2. Публичность и СМИ

4. Были ли у вас публикации в СМИ за последние 12 месяцев?  
 да  нет
5. Можете ли вы ответить: *зачем именно вам были эти публикации?*  
 да  нет
6. Работают ли ваши публикации на:  
 доверие  
 сделки  
 статус  
 «чтобы было»

### **Блок 3. Лицо бизнеса**

7. Понятно ли рынку, кто является лицом компании?  
 да  нет
8. Публичность собственника или партнёра:  
 усиливает бизнес  
 нейтральна  
 создаёт риски  
 отсутствует
9. Есть ли у вас понимание, где собственнику быть публичным, а где — нет?  
 да  нет

### **Блок 4. Контент и смысл**

10. Если убрать логотип, можно ли по текстам понять, что это именно вы, а не любой аутсорсер?  
 да  нет
11. Есть ли у вас темы, по которым вы готовы публично спорить и отстаивать позицию?  
 да  нет
12. Используете ли вы публикации:  
 как аргумент в продажах  
 для переговоров  
 для HR  
 никак не используем

## Блок 5. Управление и осознанность

13. Есть ли у вас PR-цель, сформулированная не в «количестве публикаций»?

да  нет

14. Понимаете ли вы, какой репутационный риск сейчас для вас самый опасный?

да  нет

15. Есть ли у вас ощущение, что:

«Мы сильнее, чем выглядим публично»

да  нет

### Интерпретация

- 0-5 «да» → PR сейчас не нужен. Нечего усиливать.
- 6-10 «да» → есть база, но нет стратегии.
- 11+ «да» → PR — это рычаг роста, вопрос только в архитектуре.

Если вы не смогли ответить минимум на 5 вопросов — у вас не проблема с PR, а проблема с фокусом.



Отвечайте честно.  
Если на вопрос сложно  
ответить — это уже ответ.

## Финальный блок

### Основания для стратегического PR

- Клиенты выбирают нас долго, но **публичный образ компании этому не помогает**
- Мы понимаем, что в B2B **доверие важнее цены**, но не управляем им системно
- Публикации были, но **не усилили переговоры и статус**
- Есть ощущение: *«наша экспертиза сильнее, чем то, как нас видит рынок»*
- Роль собственника / партнёров в публичности **не зафиксирована**
- Мы хотим, чтобы компанию выбрали за **позицию, а не за объяснения на встречах**

### Блок В. Ограничения (критично)

- Мы ждём от PR **быстрых заявок или лидов**
- Нам нужен подрядчик «под размещения», без погружения в бизнес
- Мы не готовы обсуждать **позицию собственника**
- Публичность сейчас не влияет на сделки и не является приоритетом
- Мы рассматриваем PR как вспомогательную функцию маркетинга

Созвон рекомендован, если:

- отмечено **3** и более пункта в Блоке А
- и не более 1 пункта в Блоке В

Созвон не рекомендован, если:

- отмечено **2** и более пункта в Блоке В
- независимо от ответов в Блоке А

Вы можете позвонить мне  
лично + 7 922 046 16 41

или записаться на созвон,  
пройдя по QR-коду

