

# СТАНДАРТЫ ОЦЕНКИ И ИЗМЕРЕНИЙ КОММУНИКАЦИЙ

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС) представляет отраслевые подходы к оценке и измерениям коммуникаций. АКОС является российским подразделением ИССО и делится международными стандартами оценки измерений, разработанными АМЕС (Международная ассоциация по медиа измерениям).



## Барселонские принципы

Новое издание Барселонских Принципов, вышедшее в 2020 г., призвано помочь коммуникационной отрасли еще больше сосредоточиться на достижении инклюзивности, лучшей результативности и приверженности профессиональной этике.

Барселонские Принципы, представляющие собой отраслевое видение измерений и оценки коммуникаций, впервые увидели свет десять лет назад и были обновлены пять лет спустя. С тех пор динамичный сектор коммуникаций претерпел большие изменения. Они отражены в третьей версии документа, признающей, что практики, распространенные в 2010 г. и даже в 2015 г., могли потерять актуальность, учитывая перемены, кардинальным образом повлиявшие на отрасль, особенно в последние 2-3 года. Кроме того, Барселонские Принципы приобрели актуальность для более широкого круга организаций, отражая необходимость измерений и оценки эффективности коммуникаций также для государственных органов, благотворительных, негосударственных и других некоммерческих организаций.

### Барселонские Принципы, версия 3.0: разъяснение (еще варианты объяснение, трактовка, детали)

1. Постановка (вариант формулирование) цели является необходимым условием планирования, измерений и оценки эффективности коммуникаций.
2. Измерения и оценка должны определять pr-активность, результаты pr-кампаний и потенциальное воздействие (или вариант эффект)
3. Результаты коммуникаций и эффект, которые они должны оказать, необходимо также определять отдельно для заинтересованных сторон (stakeholders), общества в целом и самой организации.
4. Для измерения и оценки эффективности коммуникаций должны использоваться как качественные, так и количественные методы анализа.
5. Эквивалент стоимости рекламы (AVEs) не является мерилем коммуникаций.
6. Комплексный подход к измерению и оценке эффективности коммуникаций должен учитывать все релевантные онлайн- и оффлайн- каналы.
7. При измерении и оценке эффективности коммуникаций компании должны придерживаться принципов честности и открытости, чтобы способствовать получению новых знаний и инсайтов.

[Полная версия на русском языке](#)

[Полная версия на английском языке](#)

## AMEC's Integrated Evaluation Framework

AMEC's Integrated Evaluation Framework - это единая система стратегического планирования и анализа PR-кампаний. Система по своей сути представляет универсальный шаблон, в котором PR-специалисту (или Клиенту агентства, совместно со специалистом) предлагается поэтапно составить стратегический план будущей PR-кампании, или же детально проанализировать уже реализованную.

Integrated Evaluation Framework служит источником дополнительной информации и предлагает корректные подходы и показатели. Однако предлагаемый список не может быть исчерпывающим и не содержит конкретных цифр. Вам нужно будет самостоятельно получить данные и ввести их в инструмент.

AMEC Integrated Evaluation Framework, в первую очередь, обеспечивает последовательный подход, который позволит надлежащим образом осуществлять планирование и оценку коммуникационных активностей.

Кроме ознакомительных материалов, в документе размещен ряд статей и дополнительных ресурсов по практическому использованию системы, в том числе таксономия, в которой перечисляются и объясняются все этапы процедуры планирования коммуникаций с указанием ключевых шагов, показателей, контрольных точек и методов.

[Полная версия на русском языке](#)

[Полная версия на английском языке](#)

## Полное руководство по оценке коммуникаций для PR-специалистов

Руководство представляет собой повседневный практический настольный справочник для профессионалов по связям с общественностью, демонстрирующий ценность и важность измерений.

[Полная версия на русском языке](#)

[Полная версия на английском языке](#)

