



# Метрики в PR 2026



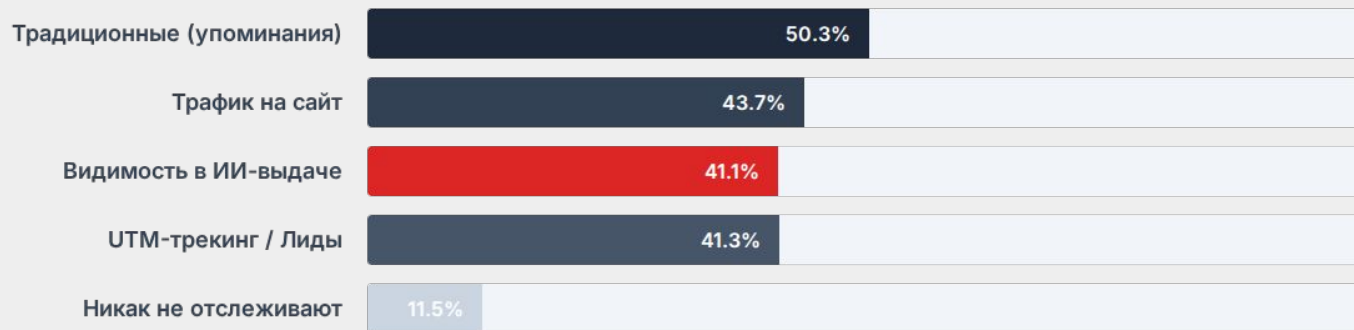
Сергей Денисенко  
PR-директор  
ВсеИнструменты.ру

# САМЫЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ PR-ТАКТИКИ

Результаты глобального опроса PR-специалистов (в %)



# Метрики в PR 2026



Источник: Outcomes Rocket. How Organizations Measure PR Impact.

# Как мы выделили метрики с влиянием на бренд

## Шаг 1

Brand Health Tracking

## Шаг 3

Приравняли атрибуты бренда к ключевым сообщениям в PR

## Шаг 5

Ввели новую метрику измерения ключевых сообщений

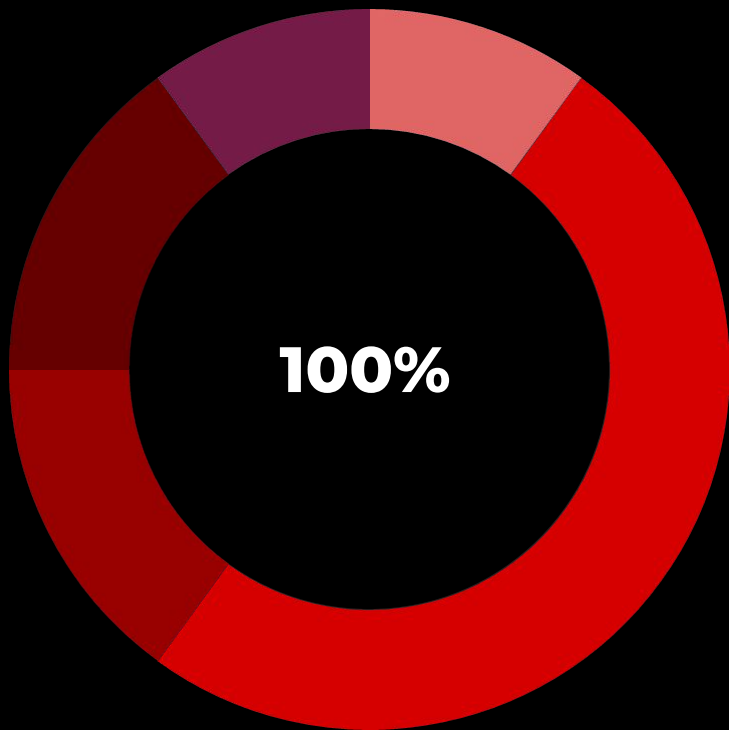
## Шаг 2

Выделили атрибуты бренда

## Шаг 4

Выделили ключевые медиа с нашей ЦА: СМИ, NEW Media, ТГ

# Метрика в PR



100%

## Ключевые сообщения

к аналогичным ключевым  
сообщениям конкурентов

# Кейс с влиянием на продажи

## Как мы ускорили закупки для «Сибур»: ИТ-интеграция и новый уровень B2B-сервиса

Прямой обмен данными, который экономит время и ресурсы нашего стратегического партнера.



### Масштаб проекта

**~30 000**

— позиций товаров в сопоставленных каталогах.

**Q2 2026**

— плановый срок завершения сопоставления каталогов.

**в 2 раза**

— во столько мы сократили сроки поставки инструмента.

## Каналы дистрибуции

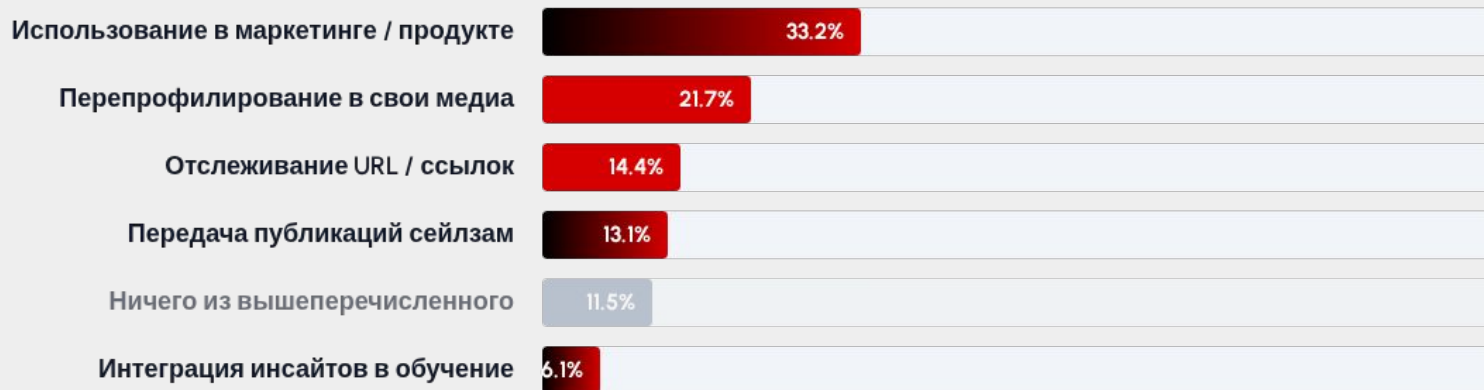
- СМИ
- Узкоотраслевые тг по нефтехимии
- Owned media

## Важно!

- Внутрикorp рассылка
- Ссылка на релиз в СМИ в письма сейлзов

**Результат:** enterprise-лид из нефтехимии через месяц после публикации кейса

# Использование результатов PR



Источник: *Outcomes Rocket. How PR Outputs Are Leveraged Beyond Coverage.*

## Прогноз роли PR

# 84% компаний

верят, что в ближайшие **2 года** PR будет играть значимую роль в поддержке продаж и бизнес-метрик



Всё для бизнеса

**Спасибо  
за внимание!**

Подписывайтесь на мой тг-канал



Денисен&Co  
<https://t.me/pyardi>