



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 3.0 – плод по-настоящему командной работы и глобального сотрудничества. Эволюция, которую они претерпели, адаптировала их к миру, в котором сегодня существует коммуникационная отрасль и все, кто в ней занят, и в котором они продолжат развитие в будущем.

БАРСЕЛОНСКИЕ ПРИНЦИПЫ 3.0

Принцип 1

Формулирование цели является необходимым условием планирования, измерений и оценки эффективности коммуникаций.

Главный принцип концепции целеполагания под названием «SMART», где цель должна быть конкретной, измеряемой, выполнимой, актуальной и со сроком достижения, как основы планирования коммуникаций становится необходимым условием, которое делает измерения и оценку ключевыми компонентами процесса планирования, устанавливая каких результатов требуется достичь и как будет отслеживаться и оцениваться процесс их достижения.

Принцип 2

Измерения и оценка должны определять PR-активность, результаты PR-кампаний и потенциальный эффект.

Предыдущие версии Принципов рекомендовали оценивать PR-результаты в большей мере, чем простой подсчет исходящей активности. В последней версии эта рекомендация расширена до оценки долгосрочного эффекта на коммуникационную стратегию. По словам директора TRUE Global Intelligence Бена Левина, это значит принимать во внимание «каналы, на которые мы влияем, и изменения, которых мы хотели бы достичь посредством рекламных кампаний и других мероприятий».

Принцип 3

Результаты коммуникаций и эффект, которые они должны оказать, необходимо также определять отдельно для заинтересованных сторон (stakeholders), общества в целом и самой организации.

Обновленные Принципы декларируют переход от бизнес показателей деятельности, таких как продажи и прибыль, к комплексному и всеобъемлющему видению оценки производительности в рамках модели с расширенным кругом организаций и коммуникационных ролей, включающим те, которые не направлены на получение прибыли.

Принцип 4

Для измерения и оценки эффективности коммуникаций должны использоваться как качественные, так и количественные методы анализа.

«Для полной оценки результатов и эффекта ваших усилий необходимо использовать весь доступный арсенал», - пояснил Бен Левин, говоря об эволюции этого принципа и необходимости перехода от использования исключительно количественного подхода к пониманию того, как целевые аудитории воспринимают и толкуют ваши идеи и послания и вызывают ли они у них доверие.

Принцип 5

Эквивалент стоимости рекламы (AVEs) не является мерилем коммуникаций.

Эквивалент рекламной стоимости на самом деле не демонстрирует эффективность коммуникаций. Для качественной оценки необходимо использовать более широкий, тонко настроенный и разносторонний подход.

Принцип 6

Комплексный подход к измерению и оценке эффективности коммуникаций должен учитывать все релевантные онлайн- и офлайн-каналы.

Сегодня абсолютно очевиден основополагающий принцип, согласно которому можно и нужно анализировать соцмедиа. Барселонские Принципы 3.0 отражают кардинальные перемены в плане возможностей коммуникации, предоставляемых соцмедиа, и их влияния, придавая одинаковое значение анализу онлайн- и офлайн-каналов. Интегрированная система оценки AMEC (AMEC Measurement framework) поощряют четкое разделение оплаченных, заработанных, социальных и собственных каналов коммуникаций (PESO) для обеспечения последовательности в подходе к достижению общих целей.

Принцип 7

При измерении и оценке эффективности коммуникаций компании должны придерживаться принципов честности и открытости, чтобы способствовать получению новых знаний и инсайтов.

Качественный и последовательный анализ и оценка эффективности коммуникаций требует профессиональной честности и открытости в отношении работы с информацией, а также помощи организациям в соблюдении новых законов, таких как Общий регламент защиты персональных данных ЕС (GDPR). Кроме того, измерение эффективности коммуникаций - это не просто отслеживание и сбор данных, но также возможность получить инсайты и использовать их при дальнейшем планировании. Этот принцип устанавливает необходимость открытости в отношении контекста использования определенного ПО и осознания того, что используемые инструменты, методы и интерпретации могут быть связаны с определенными предубеждениями.